

Opinnäytetyö (AMK)

Media-alan koulutus

Journalismi

2017

Sami Koljonen

SINUSTAKO JATKOAJAN TEKIJÄ?

– Vapaaehtois pohjalta toimivan verkkomedian
rekrytoimislehden konsepti

Sami Koljonen

SINUSTAKO JATKOAJAN TEKIJÄ?

– Vapaaehtois pohjalta toimivan verkkomedian rekrytoimislehden konsepti

Toteutin toimeksiantona Jatkoaika.com-verkkosivulle 12-sivuisen rekrytoimislehden, jonka avulla verkkolehti pyrkii löytämään riveihinsä uusia toimittajia ja valokuvaajia.

Lehtisessä esitellään, mikä Jatkoaika.com on, sekä syitä, miksi vapaaehtois pohjalta toimivaan mediaan kannattaa hakea töihin.

Opinnäytetyöni kirjallisessa osassa kerron rekrytoimislehden tuotantoprosessista sekä analysoin sen onnistumista visuaalisesti sekä sisällöllisesti.

Peilaan ratkaisujani ja työprosessiani alan ammattikirjallisuudessa esitettyihin ohjeisiin ja vinkkeihin sekä muihin mainostarkoituksessa tehtyihin lehtiin.

Tutkimuskysymykseni on, mitä visuaalisia, sisällöllisiä ja toimituksellisia ratkaisuja täytyy tehdä vapaaehtois pohjalta toimivalle Jatkoaika.comille tehtävän rekrytointilehden suunnittelussa ja toteutuksessa.

Millaisia ratkaisuni olivat verrattuna muihin vastaaviin lehtiin? Vastaavatko lehteni tyylilliset ja sisällölliset valinnat ammattikirjallisuudessa annettuja ohjeita ja vinkkejä? Voiko tekemääni lehteä pitää ammattimaisena kokonaisuutena?

Tavoitteeni oli luoda ehjä 12-sivuinen kokonaisuus, joka herättää mielenkiintoa ja on informatiivinen. Verrattuani valmista kokonaisuutta toisiin mainostarkoituksessa tehtyihin lehtiin sekä ammattikirjallisuudessa annettuihin ohjeisiin, voi todeta, että lehti pääosin täyttää sille asettamani tavoitteet.

ASIASANAT:

urheilujournalismi, verkkojournalismi, vapaaehtoistyö, taitto, rekrytointi, graafinen suunnittelu

Sami Koljonen

ARE YOU THE NEXT CREATOR OF JATKOAIKA?

– A concept of a recruitment leaflet for a voluntary-based online media

I created as a commission for Jatkoaika.com website a 12-page recruitment leaflet with which the web media aims to find new journalists and photographers.

The leaflet presents what kind of media Jatkoaika.com is and the reasons why one should apply for a position in the voluntary-based Jatkoaika.com.

In the written part of my bachelor's thesis I tell about my procession of making of the recruitment leaflet and analyse its outcome both visually and contentwise.

I compare my solutions and work process with the instructions and tips presented in this field's professional literature and with other leaflets made for promotional purposes.

My research question is what kind of visual, content related, and editorial solutions need to be made in the design process and execution of a recruitment leaflet for a voluntary-based Jatkoaika.com.

How do my solutions compare to other similar leaflets? Do the style and content choices for my leaflet correspond with directions and advice given in professional literature? Can my leaflet be considered professional?

My aim was to create a wholesome, 12-page leaflet that is interesting and informative. After comparing the finished work with other leaflets made for promotional purposes and instructions given in professional literature it can be said that the leaflet reaches the goals I set.

KEYWORDS:

sports journalism, web journalism, voluntary work, design, recruiting, graphic design

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 MIKÄ ON JATKOAIKA.COM?	7
3 JATKOAJAN REKRYTOIMISTAVAT JA -LEHTI	10
4 TUOTEOSAN VISUAALISEN SISÄLLÖN ANALYYSI	13
4.1 Kansilehdet	16
4.2 Tietosivut	18
4.3 Haastattelusivut	21
5 TUOTEOSAN TOIMITUKSELLISEN SISÄLLÖN ANALYYSI	24
5.1 Tietosivujen kokoaminen ja sisältö	25
5.2 Haastattelujen onnistuminen ja sisältö	27
6 LOPUKSI	30
LÄHTEET	32

LIITTEET

Liite 1. Jatkoajan rekrytointilehti

KUVAT

Kuva 1. Rekrytointilehden kansisivut. Vasemmalla takakansi, oikealla etukansi.	16
Kuva 2. Sinustako Jatkoajan tekijä, ruutukaappaus verkkoversion etusivusta. (Jatkoaika 2017a.)	17
Kuva 3. Esimerkki rekrytointilehden tietoaukeamasta. Mitä Jatkoaika tarjoaa -sivu vasemmalla ja Kasvattimme suosittelevat -sivu oikealla.	19
Kuva 4. Esimerkki rekrytointilehden haastatteluaukeamasta.	21
Kuva 5. Jatkoajan tekijöiden tarinat, ruutukaappaus verkosta. (Jatkoaika 2017a.)	22
Kuva 6. Jatkoaika.com hakee tekijöitä -sivu.	25
Kuva 7. Millainen kasvattajaseura Jatkoaika on? - Urheilutoimitusten päälliköiden haastatteluja.	28

1 JOHDANTO

Jatkoaika.com on suomalainen jääkiekkoon keskittyvä verkkomedia, joka toimii vapaaehtois pohjalta. Se ei siis maksa toimittajilleen tai kuvaajilleen palkkaa. Koska kilpailu ihmisten vapaa-ajasta ja harrastuksista kasvaa koko ajan, Jatkoajassa pohditaan ja suunnitellaan koko ajan uusia tapoja rekrytoida uusia tekijöitä. Myös jääkiekkomedioiden kesken kilpailu on verkossa koventunut, kun uusia verkkosivustoja on perustettu. Perinteisten medioiden, kuten Ilta-Sanomien, MTV:n, Yle Urheilun ja Helsingin Sanomien verkko uutisoinnin lisäksi alalla ovat kilpailemassa uudet jääkiekkoon keskittyvät verkkomediat, kuten SuomiKiekko.com, Leijonat.com ja Kiekkoareena.

Jatkoaika.comin johto ehti jo aiemmin suunnitella rekrytoimiseen keskittyvän lehden tekemistä (Jatkoaika 2017c). Jatkoaika.com on monelle ikään kuin harrastus, ja eri harrastusseurat ja -ryhmät ovat perinteisesti käyttäneet lehtisiä etsiessään uusia harrastajia. Rekrytoimis- ja esitelehti ei siis muotona ole lainkaan uusi, mutta vapaaehtoisiksi toimittajiksi ja kuvaajiksi yhtä merkittävään mediaan ei tietääkseni koskaan ennen oltu tällaista lehteä tehty ainakaan Suomessa.

Ajatus oli, että Jatkoaika voisi levittää valmista lehteä esimerkiksi jääkiekko-otteluissa, erilaisissa tapahtumissa ja alan koulutusta tarjoavissa oppilaitoksissa – eli juuri sellaisissa paikoissa, joissa potentiaalisia uusia tekijöitä voisi olla. Samalla rekrytoinnin lisäksi lehti toimisi eräänlaisena pienenä informaatiopakettina siitä, mikä Jatkoaika.com ylipäänsä on. Olin kuullut, että tällaisen lehden tekemistä suunniteltiin, mutta hankkeeseen tarttuvaa henkilöä ei ollut löytynyt, eikä mitään konkreettisia suunnitelmia aiheesta oltu tehty. Olen toiminut itse Jatkoajassa toimittajana enemmän tai vähemmän vuodesta 2014 asti, joten tunnen yhteisön ja sen, mitä se tarjoaa tekijöilleen.

En ollut ennen opinnäytetyöni tekoa taittanut julkaisuun asti mennyttä lehteä, vaan ainoat kokemukseni taittamisesta olivat Kanadan Torontossa sijaitsevasta Centennial Collegesta, jossa olin vaihto-opiskelijana syksyllä 2016 ja jossa kävin taittamista käsittelevän kurssin osana opintojani. Ajattelin, että samalla kun Jatkoaika saa hyödyllisen rekrytoimislehden, pystyn kohentamaan omia taittajataitojani ja harjoittelemaan Adobe'n InDesign-ohjelman käyttöä. Otin siis yhteyttä Jatkoajan toimituksen johtoon ja ehdotin, että voisin opinnäytetyönäni vastata tämän lehden tekemisestä, ja minulle näytettiin vihreää valoa. Minulle ei annettu erityisiä ohjeita Jatkoajan puolelta rekrytoimislehteä varten,

vaan sain vapaat kädet sen luomisessa. Päätin tehdä lehdestä 10-20-sivuisen ja kooltaan A5-kokoisen. Olin jo ehtinyt luonnostella ja suunnitella lehden sisältöä, kun keskustelin Jatkoaika ry:n toiminnanjohtajan Matti Liljaniemen kanssa lehdestä. Keskustelumme perusteella lehden mitaksi sovittiin 12 sivua.

Samaan aikaan kun lehteä (katso Liite1) alettiin suunnitella, Jatkoaika valmisti verkkosivuilleen uutta rekrytointisivustoa. Uusi sivusto julkaistiin helmikuussa 2017, samoihin aikoihin, kun lehden taittaminen aloitettiin. Koska lehti valmistui samana vuonna, ajattelin, että on hyvä, jos lehden ja verkkoversion värimallit ja tyylit ovat linjassa toistensa kanssa. En halunnut kopioida suoraan verkkoversion visuaalista ilmettä, mutta otin esimerkiksi värimaailmojen ja fonttien kohdalla mallia verkkoversiosta. Lisäksi hyödynsin jo verkkoversioon kirjoitettuja tekstejä työssäni. Verkossa Jatkoaika kertoo kattavasti esimerkiksi toimintatavoistaan ja tarjoamistaan mahdollisuuksista (Jatkoaika 2017a), joten en nähnyt tarpeelliseksi kirjoittaa samaa tekstiä uudelleen. Tietenkin jokaista lehtiversioon päätyntä tekstiä jouduttiin editoimaan, koska painetussa tuotteessa ja verkkomateriaalissa tekstin muoto ja pituus ovat erilaisia. Myös esitystavat ovat verkossa ja lehdessä hyvin erilaiset.

Mainos- tai rekrytoimislehtien tekemistä käsitteleviä opinnäytetöitä ja kirjoja on julkaistu useita. Tukeuduin taittaessani eniten Lasse Rantasen (2007) teokseen, jossa hän käsittelee monipuolisesti lehtien taittamista ja antaa paljon vinkkejä esimerkiksi erilaisiin kansiratkaisuihin (emt. 89-100). Apua oli myös graafisen suunnittelijan Antti Toivasen Graafinen.com-sivustosta (2015), johon on koottu ohjeita graafiselle suunnittelijalle. Taitollisissa ratkaisuissa otin mallia myös esimerkiksi toisista, muilla aloilla tehdyistä mainostarkoitukseen painetuista lehdistä (Visit Turku 2017; Jazz City Turku 2017; Toimihenkilöunioni 2017), jotka vaikuttivat omiin silmiini visuaalisesti erityisen kiinnostavilta tai jotka sisällöllisesti olivat tavoitteiltaan lähellä Jatkoajan lehden tavoitteita. Luin myös muita opinnäytetöitä, joissa keskityttiin nimenomaan erilaisten teosten, kuten lehtien (Lindell 2013) sekä kirjojen (Erkko 2015), suunnitteluun ja toteuttamiseen tai rekrytoimiseen (Immonen 2015).

Opinnäytetyön kirjallisessa osassa vastataan kysymykseen, mitä visuaalisia, sisällöllisiä ja toimituksellisia ratkaisuja täytyy tehdä vapaaehtois pohjalta toimivalle Jatkoaika.comille tehtävän rekrytointilehden suunnittelussa ja toteutuksessa. Työssä kerrotaan, miten tehtyihin ratkaisuihin on päädytty ja niitä verrataan ammattikirjallisuudessa annettuihin ohjeisiin.

2 MIKÄ ON JATKOAIKA.COM?

Jatkoaika.com on vuonna 2001 perustettu suomalainen verkkolehti. Lehti on erikoistunut jääkiekkoon ja sen ympärillä tapahtuviin ilmiöihin. Sivusto oli ainakin vuonna 2014 sen oman ilmoituksen mukaan ”Suomen suurin jääkiekkoon keskittynyt verkkolehti” (Jatkoaika 2014). Lehti tavoittaa viikoittain yli 200 000 lukijaa. Jatkoajan toiminnassa on mukana tällä hetkellä yli 100 henkilöä, joihin kuuluu muun muassa toimittajia, valokuvaajia ja ohjelmoijia. (Jatkoaika 2017a.)

Jatkoaika on täysin vapaaehtois pohjalta toimiva media, eikä se maksa palkkaa toimittajilleen tai valokuvaajilleen. Jatkoajan taustalla toimii voittoa tavoittelematon Jatkoaika ry., joka maksaa palkkaa ainoastaan muutamalle taustahenkilölle, kuten toiminnanjohtajalle. Palkat maksetaan sivustolle tulevista mainostuloista sekä yhteistyökuvioista. Tuloilla tehdään tarvittaessa hankintoja, kuten äänitallentimia niitä tarvitseville paikallistoimituksille. Jatkoaika järjestää myös kehityspäiviä ja kesäjuhlia, joissa Jatkoajan tekijät kokoontuvat yhteen. Näissä vapaaehtoisissa tilaisuuksissa yhdistys tarjoaa tekijöilleen esimerkiksi majoituksen sekä ruokailuja. (Jatkoaika 2017c.)

Toimittajat ja kuvaajat sijoitetaan paikallistoimituksiin asuinpaikan, paikallisen tarpeen sekä oman mielenkiinnon mukaan. Esimerkiksi Turkuun rekrytoitu tekijä voi toimia esimerkiksi TPS:n ja TUTO Hockeyn toimituksissa, vain toisessa niistä tai esimerkiksi NHL-tai maajoukkue toimituksessa. Eri sarjoilla on omat toimituspäällikkönsä, jotka hallitsevat tehtäviä juttuja ja antavat niistä palautetta. Lisäksi Suomen korkeimman sarjataso Liigan sekä toiseksi korkeimman sarjataso Mestiksen paikkakunnilla on myös omat vastaavansa, jotka varmistavat, että paikkakunnan otteluista ja joukkueista tulee juttuja suunnitellulla volyymillä. Paikallistoimituksia ei tiukasti sidota kiinni ”omaan” joukkueeseen, vaan muita seuratoimituksia autetaan paljon. (Jatkoaika 2017c.)

Tekijöilleen sivusto haluaa tarjota auttavan ja tukea antavan yhteisön, joka kehittää tekijöitään paremmaksi toimittajaksi tai kuvaajaksi. Jatkoaika pyrkii saamaan tekijöilleen ”mukavan toimintaympäristön ja aitoja ystävyyssuhteita sekä loistavat etenemismahdollisuudet toimittajan uralla”. (Jatkoaika 2017a.) Jatkoaika voi tarjota harrastajallekin mahdollisuuksia kokemuksiin, joihin hänellä ei muuten olisi mahdollisuuksia, kuten matkan jääkiekon arvokisoihin (Oinonen, J., henkilökohtainen tiedonanto 12.3 2017)¹.

¹ Jatkossa: (Oinonen 2017).

Verkkolehden päätoimittajana aloitti kesäkuussa 2017 Antti Pärnänen (Jatkoaika 2017b). Jatkoaika.comin jutut keskittyvät etenkin Liigaan, Mestikseen sekä Suomen jääkiekkomaajoukkueeseen eli Leijoniin, mutta juttuja tehdään esimerkiksi myös pohjois-amerikkalaisesta NHL:stä päivittäin. Muita sarjoja, kuten Venäjän KHL:ää ja Ruotsin SHL:ää, seurataan epäsäännöllisemmin. Jatkoajan pääjuttutyyppejä ovat uutiset, ennakot, raportit, kolumnit ja erilaiset juttusarjat, kuten NHL-kierroksen topit ja flopit. (Jatkoaika 2017c.)

Koska Jatkoaika ei tavoittele taloudellista voittoa, se voi tarttua pienempiin aiheisiin, jotka eivät välttämättä ole kaikkein myyvimpiä ja eniten lukijoita kerääviä. Jatkoaika onkin tehnyt huomattavan määrän juttuja esimerkiksi alemmista sarjatasoista, jotka ovat muissa medioissa jääneet pienelle huomiolle. Jatkoajassa kannustetaan myös kokeilemaan erilaisia ja uusia juttutyyppejä. Koska jokaisen jutun ei tarvitse kerätä suuria lukijamääriä taloudellisten paineiden vuoksi, voidaan sivustolla keskittyä myös esimerkiksi naiskiekkoihin ja pienempien kiekkomaiden maaotteluihin. (Jatkoaika 2017a.)

Marko Ollonqvist ja Joni Piirainen (2013) analysoivat Diakin viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyössään Jatkoaika.comin sekä kahden muun urheiluun erikoistuneen verkkojulkaisun, Veikkaajat.comin ja SuomiKiekko.comin, sisältöä. Ollonqvistin ja Piiraisen keräämän tutkimusaineiston perusteella SuomiKiekko.com tuottaa Jatkoikaan verrattuna selvästi enemmän uutisia, mutta Jatkoaika sen sijaan tuottaa selvästi kahta muuta tutkittua verkkosivua enemmän reportaaseja ja kolumneja (emt., 21). Opinnäytetyössä myös todetaan muun muassa, että Jatkoaika.com, kuten myös Veikkaajat.com ja SuomiKiekko.com, taustoittivat otsikoissaan jutun sisältöä tarkemmin kuin tutkimuksessa olleet niin sanotut perinteiset mediat eli Ilta-Sanomat ja MTV3 (emt., 28).

Jatkoajan pääpaino on ollut ja on edelleen teksteissä ja kuvissa, mutta videoiden ja esimerkiksi äänipodcastien määrää sivustolla on pyritty nostamaan kannustamalla tekijöitä kokeilemaan niiden tekoa (Jatkoaika 2013; Jatkoaika 2015). Jatkoaika haluaa tehdä myös selväksi, ettei se ole blogi, vaan lähempänä niin sanottua perinteistä mediaa. Sivusto itse otsikoi rekrytoimisilmoituksensa kesällä 2016 ”Tämä on Jatkoaika – ei mikään blogi” (Jatkoaika 2016). Myös Ollonqvist ja Piirainen toteavat (2013, 35), että journalismi kehittyy koko ajan avoimempaan suuntaan lukijan ja toimittajan vuorovaikutuksen suhteen, mutta toisaalta ongelmaksi voi muodostua se, ”puhuuko esimerkiksi blogissa toimittaja vai harjaantunut ja intohimoinen urheilun suurkuluttaja”.

Ari Heinonen ja David Domingo toteavat artikkelissaan Blogit journalismin muutoksen merkinä (2009, 73), että blogin keskeiset ominaisuudet ovat yksinkertaisuus, joka tarkoittaa esimerkiksi viestien näkymistä uusimmasta vanhimpaan, lukijakommenttien mahdollisuus jokaisen tekstin alla sekä hypertekstilinkkien käyttäminen kirjoituksissa. Nämä piirteet pätevät sinällään hyvin myös Jatkoaikaan, mutta yhdenvertaisen keskustelun sijaan kommentointi on valvottua verkkolehdeissä. Jatkoajan lähtökohta ja ero blogeihin on, että sisältö on journalistisesti ammattimaista (Jatkoaika 2016). Jaana Hujasen mukaan (2014, 198) ammattimaisen uutistuotannon diskurssi kiteytyy siihen, että ”ammattitoimittajan tulee pystyä parempaan kuin lukijan”. Peruspohjana tälle Hujanen mainitsee esimerkiksi ammattiin johtaneen tutkinnon (emt.). Kaikilla Jatkoajassa ei ole journalismin alalle valmistavaa tutkintoa, mutta rekrytoinnissa Jatkoaika pyrkii löytämään ainoastaan ammattimaiseen journalismiin pyrkivät tekijät (Jatkoaika 2017a).

3 JATKOAJAN REKRYTOIMISTAVAT JA -LEHTI

Marjo Immonen (2015, 3) kertoo Haaga-Helian ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyössään, että rekrytointi tarkoittaa uuden työntekijän tai uusien työntekijöiden hakemista. Rekrytointiprosessiin kuuluu kolme vaihetta: suunnittelu, toteutus ja päätöksenteko (emt.). Erilaisia rekrytointikanavia ovat henkilöstöasiantuntijuu-desta kirjan kirjoittaneen Maritta Österbergin (Granholt, Karlsson 2014, 9) mukaan esimerkiksi lehti-ilmoittelu, verkkorekrytointi, yrityksen omat kotisivut, cv-pankit, työvoimatoimistot ja oppilaitokset.

Myös Jatkoaika.com etsii koko ajan uusia tekijöitä, mutta tähän mennessä uusien toimittajien etsiminen on toiminut lähinnä yksittäisten verkkosivustolla ja sosiaalisen median kanavissa tehtyjen ilmoitusten kautta sekä erilaisten verkostojen, kuten muiden Jatkoajan tekijöiden, kautta. Koska Jatkoaika toimii vapaaehtois pohjalta, esimerkiksi työvoimatoimistojen kautta rekrytoiminen on mahdotonta. Yksittäisten ilmoitusten kautta Jatkoajan rekrytointi on ollut hyvin kausiluontoista. Ilmoituksia on julkaistu muiden juttujen seassa, ja yksittäinen ilmoitus uppoaa nopeasti uutisvirrassa ja unohtuu. Aiemmin uusien tekijöiden etsiminen on painottunut ennen kaikkea loppukesään, kun jääkiekkokauden alku on lähestynyt ja seuratoimituksiin on tarvittu uusia tekijöitä. Tällöin Jatkoaika on julkaissut sivuillaan rekrytoimisilmoituksia ja jakanut niitä sosiaalisen median kanavissaan eli Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa. (Jatkoaika 2017c.)

Rekrytoimista on myös tarpeen mukaan pyritty kohdistamaan. Esimerkiksi Kokkolan paikallistoimitukseen ei ollut saatu rekrytoitua uusia tekijöitä ennen kautta 2015-16, jolloin Jatkoaika lähetti Mestis-seura Kokkolan Hermekselle viestiä siitä, että seura voisi auttaa uuden toimittajan löytämisessä. Jatkoajan entisen Mestis-toimituspäällikkö Milla Sundellin (henkilökohtainen tiedoksianto 8.3.2017)² mukaan myös Jatkoaika.comin yhteydessä toimiva aktiivinen keskustelupalsta on toiminut rekrytointiväylänä, jonka kautta on pyritty löytämään ja on löydettykin henkilöitä, jotka tuntevat lajia, osaavat kirjoittaa ja täyttävät muutenkin vaaditut kriteerit. Vaatimuskriteereiksi Jatkoaika on maininnut 18 vuoden iän, suomen kielen osaamisen, sitoutumisen sekä innostuksen lajia ja Jatkoaikaa kohtaan. (Jatkoaika 2017a).

² Jatkossa: (Sundell 2017).

Usein rekrytoinnissa on hyödynnetty myös jo olemassa olevia verkostoja. (Sundell 2017.) Esimerkiksi Lahdessa aiemmin asunut Jatkoajan tekijä saattaa tuntea nykyisen lahtelaisen, joka täyttäisi Jatkoajan kriteerit, ja ehdottaa tälle hakeutumista Jatko aikaan, tai ehdottaa Jatkoajan toimituspäälliköille, että kyseinen henkilö saattaisi olla sopiva toimittajaksi tai kuvaajaksi. Yksi rekrytoinnin ongelma on ollut kohdentaminen. Kun esimerkiksi keuruulaisjoukkue KeuPa HT nousi kolmannelta sarjatasolta Suomi-sarjasta toiseksi korkeimpaan eli Mestikseen, toimittajan löytäminen paikkakunnalle oli vaikeaa, koska kukaan Jatkoajan toimijoista ei tuntenut paikallista seuraa tai paikallisia kiekkoihmisiä. Verkossa Jatko aika pyrki kohdentamaan rekrytointia paikkakunnalle esimerkiksi KeuPa-ketjussa keskustelupalstalla sekä sosiaalisen median ilmoituksissaan vaihtelevin tuloksin (Sundell 2017).

Rekrytointi tehostui ja muuttui ajattomammaksi alkuvuonna 2017, kun Jatko aika julkaisi uuden rekrytointisivustokokonaisuutensa. Sivustolle on koottu tiivistetysti, mikä Jatko aika on ja mitä se voi tarjota tekijöilleen. Siellä on myös Jatkoajan entisten tekijöiden muisteluja Jatko aika-ajasta sekä ajatuksia siitä, mitä Jatko aika on heille tarjonnut. Sivustolla on myös hakuohjeet ja -lomake. (Jatko aika 2017a.) Tällä hetkellä rekrytoimiseen panostaminen on Jatko ajalle tärkeää, koska uusia jääkiekkoon keskittyviä sivustoja on perustettu viime vuosina runsaasti, esimerkkeinä nettisivut Leijonat.com (2017) ja NHL-Suomi.com (2017). Tämä luo Jatko ajalle uudenlaisen kilpailutilanteen: lukijoiden lisäksi kilpaillaan osaavista tekijöistä. Aiemmin Jatko aikaan on haettu sähköpostitse (Jatko aika 2014), mutta nykytavan mukaisesti (Immonen 2015, 6) Jatko ajallakin on tänä päivänä oma pohjansa hakua varten (Jatko aika 2017a).

Uusien toimittajien löytymisen etenkin paikallistoimituksiin toivotaan nyt tehostuvan myös rekrytointilehden avulla. Tarvittaessa tulostettavissa olevalla lehdellä rekrytointiin voidaan panostaa milloin vain. Jatko aika pystyy painattamaan lehtiä vaikkapa Helsingissä ja lähettämään ne Keuruulle, jossa niitä asetetaan jäähallilla näkyville. Näin Jatko aika saa yhden uuden tavan yrittää rekrytoida paikallistoimituksiin lisää toimittajia ja valokuvaajia. Rekrytoinnin kohdentaminen on myös helpompaa. Kun lehtiä jaetaan tai lähetetään esimerkiksi (urheilu)journalismin opiskelijoille, voidaan olla varmoja, että ne menevät kaikkein todennäköisimmin aiheesta kiinnostuneille henkilöille sen sijaan, että ilmoitus laitetaan verkkosivuilla jokaisen ”tavallisen” lukijan nähtäville.

Rekrytoimisilmoituksen – tai tässä tapauksessa -lehden – onnistuminen on tärkeää, jotta mahdollinen hakija saa realistisen kuvan ilmoittajan toiminnasta (Immonen 2015, 5). Immonen kertoo suomalaisyritysten rekrytointitavoista. Immosen (emt.) mukaan ”hyvällä rekrytointi-ilmoituksella vältetään turhaan haalimasta hakijoita, jotka eivät pysty työhön jostakin syystä, esimerkiksi työn vaatiman matkustamisen takia”. Matkustaminen ei Jatkoajassa tietysti ole ongelma, mutta esimerkiksi Jatkoajan vapaaehtoisuus täytyy tulla lehdessä esille, jottei palkattomuus tule yllätyksenä haun jälkeen. Yhteiskuntatieteiden tohtorin Eeva-Leena Vaahtion (Immonen 2015, 6) mukaan rekrytointia tulee koko ajan kehittää. Kaikkia rekrytointitapoja ei kannata kokeilla, mutta jotta mukaan saadaan parhaat mahdolliset osaajat, yrityksen rekrytoinnin tulisi vastata nykypäivän mallia. (emt.) Nykypäivän mallia Jatkoaika seuraa uusitulla rekrytointisivustokokonaisuudellaan (Jatkoaika 2017a), joka on arvioni mukaan ulkoasultaan ja sisällöltään nykyaikainen. Rekrytoinnin kehittämisestä ja uusien asioiden kokeilemisestä esimerkki on myös rekrytointilehti. Mainoslehtisten käyttö rekrytointikanavana Immosen opinnäytetyön (2015, 5) mukaan on hyvin vähäistä, mutta opinnäytetyössä ei kerrota syitä tälle.

4 TUOTEOSAN VISUAALISEN SISÄLLÖN ANALYYSI

Tässä luvussa käydään läpi rekrytointilehden (katso Liite 1) eri osa-alueiden visuaalista ilmettä. Ratkaisujani peilataan esimerkiksi Jatkoajan verkon rekrytointisivujen (Jatkoaika 2017a), Mistä on hyvät lehdet tehty (Rantanen 2007), Look – visuaalista viestisi (Huovila 2006), Huom!: visuaalisen viestinnän käsikirja (Loiri, Juholin 1998) -kirjojen sekä aiemmin tehtyjen opinnäytetöiden (Erkko 2015; Lindell 2013) ratkaisuihin ja ohjeisiin erilaisten sivujen, teosten ja kansien taittamisesta. Turun ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelman opinnäytetyössään Kristiina Erkko (2015) käsittelee kokonaisen kirjan taittamista ja työprosessia. Erkon opinnäytetyössä minua kiinnostivat eniten muun muassa hänen työvaiheensa ja visuaaliset ratkaisunsa. Pauliina Lindell taas käsittelee Tampereen ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyössään Mono-lehden tekovaiheita ja visuaalisia ratkaisuja ja on kerännyt paljon hyödyllistä perustietoa aloittelevalle taittajalle. Ennen kuin luvussa käydään läpi lehden eri osa-alueita ja sivuja sekä niiden visuaalisia ratkaisuja, tarkastellaan lehden toistuvia piirteitä, etupäässä värejä ja fontteja.

Jatkoajan rekrytointisivujen (Jatkoaika 2017a) teemavärit ovat punainen, värikoodi #d50133, ja kirkkaan sininen, värikoodi #00afdb (Kivimäki 2017). Lisäksi teksteissä ja tekstilaatikoissa käytetään valkoista, mustaa ja harmaata. Otin samat värit käyttööni myös rekrytointilehdessä, jotta sain yhtenevän linjan verkkoversion kanssa. Lisäksi lehdessä käytetään Jatkoajan tummansinistä, värikoodi #001925. Tummansinisellä pyrittiin korvaamaan mahdollisuuksien mukaan mustaa tavoitteena yhdistää lukijan mielikuvissa lehti Jatkoajan verkkosivuihin. Jokaisen aukeaman taustalla käytetään punaisen ja sinisen liukuväriä. Suunnittelin alun perin, että lehden tausta vaihtelisi sinisen ja punaisen välillä eri aukeamilla, kuten Jatkoajan rekrytointisivustolla väri vaihtelee, mutta mielestäni kokonaisuudesta olisi tullut sekava. Lasse Rantanen toteaaakin teoksessaan (2007, 176), että väreissä tärkeintä on se, että ”lehdelle kehitty oma, toimiva värikoodisto”. Toimivan värikoodiston saa, kun käyttää värejä toistuvasti ja loogisesti (emt.). Sen vuoksi valitsin lehden väripalettiin vain muutamia värejä, ja käytin niitä samoilla tavoin koko lehden ajan.

Liukuvärinä käyttämäni punainen ja vaaleampi sininen ovat suunnilleen yhtä vaaleita. Visuaalisia ohjeita teokseensa koonneiden graafikko Pekka Loirin ja dosentti Elisa Juholinin (1998, 114) mukaan kokonaisuus saattaa näyttää tasapainottomalta, jos toisessa värissä olisi enemmän esimerkiksi mustaa kuin toisessa. Nämä kaksi väreä ovat myös

lähellä toistensa vastevärejä, ja vastavärit toimivat luontevasti yhdessä (Rantanen 2007, 173). Rantasen mukaan punainen on ”tutkitusti tehokas väri”. Perinteisesti punainen väri yhdistetään muun muassa kuumuuteen, aktiivisuuteen, polttavaan ja intohimoon, sininen taas veteen, viileyteen, puhtauteen ja rauhallisuuteen. (emt., 174.) Musta koetaan voimakkaaksi ja masentavaksi, joskin tyylikkääksi, minkä lisäksi Jatkoajan verkkoversiosta tuttu tummansininen voidaan mielikuvissa yhdistää suoraan sivustoon. Rantasen (2007, 174-175) mukaan kaikkien muiden värien kuin mustan vahvuus on siinä, etteivät ne ole mustaa. Tätä ajatusta Rantanen perustelee sillä, että muut värit erottuvat lehdestä ja erottavat lehden muista lehdistä (emt.). Tämänkin vuoksi pyrin läpi lehden käyttämään nimenomaan Jatkoajan ”omia värejä” ja minimoimaan mustan määrän. Tosin tummansininen on sävyltään niin tumma, että painettuna se saattaa vaikuttaa jopa mustalta.

Rantasen (2007, 106) mukaan on tunnistettavuuden kannalta tärkeää, että lehdellä on ”oma typografinen paletti” eli oma tapansa ja tyyliinsä käyttää kirjaintyyppejä eli fontteja. Käytin lehdessä myös samoja fontteja kuin Jatko aika käyttää verkon rekrytointilehdessään. Fonttina otsikoissaan rekrytointisivulla Jatko aika käyttää Agency Gothic CT Bold -nimistä fonttia ja muussa tekstissään Open Sans -fonttia ja sen erilaisia muotoiluja (Kivimäki 2017). Agency Gothic CT Boldissa on pelkkiä versaaleja eli suuraakkosia. Pelkkien versaalien käyttö on otsikoissa ja etenkin esimerkiksi kansilogoissa tavallista mainoslehdissä (Visit Turku 2017; Jazz City Turku 2017, 1). Erilaisilla muotoiluvalinnoilla erotettiin lehden eri osia, kuten lainauksia, leipätekstejä ja luetteloja, mutta yhtenäisen linjan pysyy koko lehden läpi, jotta lukija ymmärtää heti, mikä tekstin tarkoitus on. Nämä ovat yleisiä tapoja toimia (Huovila, 2006, 94). Koska tekstit ovat lyhyitä, palstojen käyttö oli hyvin vähäistä. Ainoat kohdat, joissa käytettiin palstoja, olivat luettelot. Muuten tekstit tasattiin vasemmalle, mutta erilaisissa laatikoissa olevat tekstejä sekä takasivun tekstit keskitettiin sivujen elävöittämiseksi.

Molemmat Jatkoajan käyttämät fontit ovat groteskeja. Päädyin kahteen groteskifonttiin yhtenäistääkseni lehden verkkoversion kanssa. Erkkö (2015, 17) kuitenkin käyttää omassa työssään sekaisin antiikvaa ja groteskia, mikä on Erkon mukaan paljon käytetty pari. Kenties rekrytointilehdessänikin esimerkiksi leipätekstissä antiikvafontti olisi toiminut jopa paremmin. Joissain kohdin koin Open Sans -fontin ongelmalliseksi painotuotteessa, koska toisaalta sen pitäisi olla sen verran paksua, että se erottuu värikkäästä taustasta, mutta samaan aikaan sen pitäisi olla hyvin luettavaa. Joillakin sivuilla teksti on sen verran paksua ja fonttikooltaan pientä, että sen luettavuus kärsii.

Tekstilaatikoita käytettiin melko paljon pitkin lehteä, koska niillä on helppo korostaa tekstin sisältöä. "Laatikossa oleva juttu tulee yleensä paremmin huomatuksi", kirjoittaa Tapani Huovila (2006, 115). Erityisen tehokkaita laatikot ovat, kun pitää sijoittaa tekstiä kuvan päälle. Ilman laatikkoa teksti saattaisi hukkuu kuvaan, mutta laatikko erottaa sen taustasta. Usealla sivulla rekrytointilehdessä kuvan päällä on tekstiä, ja päädyin laittamaan tekstit laatikkoon juuri siitä syystä, että ne olisivat helpommin luettavissa. Samalle sivulle ei Huovilan mukaan kuitenkaan pidä suunnitella useampaa laatikkoa, sillä ne vievät toisiltaan tehoa (emt. 115). Ensin useammalla sivulla lehdessä oli kaksi laatikkoa, kunnes muokkasin sivut Huovilan vinkin mukaisesti niin, että jokaisella sivulla on maksimissaan yksi laatikko.

Tapani Huovilan (2006, 206) mukaan ulkoasu luo tuotteelle identiteetin, josta vastaanottaja saattaa tunnistaa julkaisun, vaikka näkisi siitä vain osan. Osalle lehden lukijoista Jatkoajan verkon rekrytointisivusto saattaa olla tuttu, minkä vuoksi mielestäni on tärkeää, että lehti on verkkosivujen kanssa yhtenäinen värien kuin fonttienkin osalta. Lisäksi rekrytointilehdessä kehoitetaan lukemaan lisää ja hakemaan verkkosivujen kautta, jolloin lehtisen lukenut osaa mielessään heti yhdistää verkkosivun ulkonäön lehtisen ulkonäköön ja tietää olevansa oikealla sivustolla sinne mentyään.

4.1 Kansilehdet

”Kansi on lehden tärkein sivu”, aloittaa Lasse Rantanenkin (2007, 85) kirjansa kansia käsittelevän luvun. Sen vuoksi käytinkin aikaa kannen ulkonäön hiomiseen. Minulle oli heti selvää, että tekstin määrä kannessa on hyvin vähäinen. Päätin jo heti alussa ottaa kannen ainoaksi tekstiksi Jatkoajan rekrytointisivujen verkkoversiossa (Jatkoaika 2017a) näkyvän otsikon ”Sinustako Jatkoajan uusi tekijä” (katso Kuva 1). Verkkoversiossa sanat ”sinustako” ja ”uusi” ovat kirjoitettu ohuemmilla kirjaimilla kuin sanat ”Jatkoajan” ja ”tekijä”, jotta ikään kuin tärkeimmät sanat pomppaavat ensimmäisinä lukijan silmiin (katso Kuva 2).

Päätin toteuttaa tämän tärkeimpien sanojen nostamisen erityiseen asemaan lehdessä värin muutoksella. ”Sinustako” ja ”uusi” ovat kirjoitettu tummansinisellä, kun muut sanat taas valkoisella. Graafinen.comin (2015) Antti Toivanen määrittelee värien käytön tavoitteisiin elävöittämisen ja esteettisen mielihyvän tuottamisen, jotka ovat suurimmat syyt siihen, että käytän kannen teksteissä kahta eri väriä. Toisaalta tummansinisillä kirjoitetut sanat (katso Kuva 1) ovat vaarassa hukkua taustan kuvaan, eikä teksti erotu esimerkiksi



Kuva 1. Rekrytointilehden kansisivut. Vasemmalla takakansi, oikealla etukansi.

kuvassa olevan pelaajan varusteista kovin hyvin, joten koko lauseen kirjoittaminen valkoisella olisi ollut myös perusteltu ratkaisu.

Takakannen tekstien väri on valkoinen, kuten tietosivuillakin. Takakansi onkin yhdistelmä etukantta ja tietosivuja: siinä on etukannesta jatkuva kuva taustalla, mutta sisällöltään se on lähempänä tietosivuja, sillä sivulla on ohjeet sille, miten Jatkoajan toimittajaksi voi hakea. Tietosivujen visuaalista sisältöä käydäänkin läpi tarkemmin myöhemmin, ja koska takakansi on käytännössä tietosivu, sitä ei käydä tässä luvussa läpi muutoin kuin taustalla käytettävän kuvan osalta.



Kuva 20. Sinustako Jatkoajan tekijä, ruutukaappaus verkkoversion etusivusta. (Jatkoaika 2017a.)

MM-rekrytointi Oy:n Mikko Markkanen on todennut (Aro 2011, 3), että yleensä rekrytointi-ilmoitukset alkavat lyhyellä organisaation kuvauksella. On myös tyypillistä liittää organisaation logo ilmoituksen alkuun (emt.). Kannessa käytetty logo, jossa on yksinkertaisesti tyylitelty teksti "65", on uusin Jatkoajan käyttämä logo, joka on myös esillä rekrytointisivuilla (Jatkoaika 2017a; katso Kuva 2). Yleensä Jatkoaika käyttää logoa pelkistetyksi ilman, että taustalla olisi esimerkiksi jokin kuvio, mutta päätin erottaa logon taustan väreistä ja kuvasta valkean, osittain läpinäkyvän taustaympyrän avulla. Jos taustaa ei olisi, logo hukkuisi siniseen ja punaiseen taustaan. Jos logon värin taas vaihtaisi valkoiseksi, sitä ei erottaisi niin hyvin taustalla olevan kuvan valkoisesta jäästä sekä Suomen joukkueen pelipaidoista. Käytin Jatkoajan yksinkertaista 65-logoa myös takakannessa.

Taustalla käytetään valokuvaa (katso Kuva 1), jonka Jatkoajan valokuvaaja Juuso Pellava otti World Cupissa syksyllä 2016. Kuvassa erottuu selvästi suomalaispelaaja Aleksander Barkov. Valitsin Pellavan minulle lehteä varten lähettämistä kuvista sekä etu- että

takakanteen levittyväksi kansikuvaksi juuri tämän, koska perinteisesti Suomen maajoukkue on kiinnostanut suomalaisia (MTV Spotti 2016). Vaakakuva myös rajautuu niin, että molempiin kansiin riittää silmälle miellyttävää sisältöä, joka on selkeää ja helposti tunnistettavaa. Taustakuvan avulla katsoja saa heti kuvan lehden aihealueesta. Vaikkei lehden lukija tunnista Jatkoojan logoa, hän saattaa tarttua lehteen pelkän kuvan perusteella, jos on jääkiekosta kiinnostunut.

Hyvä kansi on Rantasen (2017, 93) mukaan tunnistettava (logo), selkeä, tunteisiin vetoava, uteliaisuuteen vetoava ja lupauksia antava. Mielestäni onnistun täyttämään nämä kategoriat kansilehdillä. Mukana on omaperäinen logo. Etukannessa on vain kolme eri elementtiä (logo, teksti ja tausta), ja ne ovat selvästi erotettavissa toisistaan, joten myös selkeys onnistuu pääosin. Sinisellä kirjoitetut sanat kannessa voivat etenkin painetussa versiossa silti olla hiukan epäselvät taustankin ollessa tumma. Vastaavissa projekteissa kannattaa miettiä tarkkaan, millaiset värit sopivat yhteen millaisen taustan kanssa niin, että sivu on visuaalisesti kiinnostava ja että kaikesta saa selvää. Tunteisiin ja uteliaisuuteen pyrin vetoamaan etenkin taustalle valitsemallani kuvalla ja isolla logolla. Jääkiekosta kiinnostuneet tuntevat varmasti vetoa lehteen, jonka kannessa on kuva Leijonien ottelusta. Lisäksi kannen otsikon kysymys herättää uteliaisuutta. Logo, teksti ja tausta luovat yhdessä kiinnostavan yhdistelmän, joka antaa lupauksia, mutta jättää myös mieltävää: ”Miten minusta voisi tulla Jatkoojan tekijä?”

4.2 Tietosivut

Tietosivuilla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä lehden sisäsivuja pois lukien sivut, joilla on eri urheilutoimitusten sekä Jatkoojan entisten ja nykyisen toimittajien haastatteluja. Näitä sivuja analysoidaan enemmän luvussa 4.3 Haastattelusivut. Tietosivujenkin pohjalla on jo aiemmin mainittu punaisen ja sinisen liukuväri, mikä jatkuu läpi lehden. Otsikot ovat aina versaaleilla sivun tai aukeaman yläreunassa, jotta lukija näkee heti, mitä aihepiiriä kyseinen lehden osio käsittelee. Versaaleja käytetään myös alaotsikoissa sekä nostoissa, kuten Mitä Jatkooaika tarjoaa -sivun ”ruudukossa” (katso Kuva 3). Koska Rantasen (2007, 19) mukaan ”kuva vetoaa voimakkaasti tunteisiin” sekä ”avaa tiedon lukijalle, tukee tekstiä ja tuo siihen jotain uutta”, pyrin saamaan jokaiselle lehden sivulle vä-

hintaan yhden kuvan. Kuvilla myös yritin tasapainottaa suhteellisen suurta määrää tekstiä, joka lehdessä on mukana. Monesti erilaiset mainoslehdet ovat hyvin kuvapainotteisia, kuten Visit Turunkin (2017) esite.

MITÄ JATKOAIKA TARJOAA?

Jatkoajasta voit päätyä minne tahansa Journalismin parissa. Tai voit monen tekijämme tapaan kirjoittaa vain harrastuksena, ja pian huomaatkin yhteisön vieneen sinut jo mukanaan.

MUKAVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA AITOJA YSTÄVYYSSUhteita

OSALLISTU LEGENDAARISEEN LÄTKÄ-YHTEISÖÖN JA KIEKKOPIIREIHIN

SAAT TEHDÄ JA KOKEILLA - INTERNETISTÄ EI TILÄ LOPU

KEHITYT KIRJOITAJANA JA SAAT PALAUTETTA

LOISTAVAT MAHDOLLISUUDET EDETTÄ TOIMITTAJAN URALLA

Suomen luetuin verkkolehti tarjoaa sinulle sekä yhteisöllisyyttä että kontakteja eri medioihin.

KASVATTIMME SUOSITTELEVAT



Jatkoajasta on kasvanut vuosien varrella kymmeniä toimittajan ammattiin työllistyneitä.

Lue seuraavilta sivuilta entisten ja nykyisten jatkoajan toimittajien tarinoita siitä, mitä verkkolehti on heille tarjonnut.

Muun muassa he ovat toimineet Jatkoajassa:

Anssi Silvennoinen, Etelä-Saimaa	Mari Pudas, Iltalehti
Emil Elo, Kauppalehti	Matias Strozzyk, Yle
Esko Seppänen	Mikael Hoikkala, ESS
Harri Laiho, Satakunnan Kansan	Micke Suopuro
Jani Mesikämnen	Sasha Huttunen, Iltalehti
Joska Saarinen, Yle	Sami Laine, Yle
Jouni Nieminen, HS	Solmu Salminen, Iltalehti
Juha Hiitelmä, Iltasanomat	Teemu Eirtovaara, Veikkaukset
Kasper Kunnas, MTV Sport	Teemu Tammilehto, Yle
Lauri Lehtinen, Aamulehti	Tomi Hänninen, Yle

Kuva 47. Esimerkki rekrytointilehden tietoaaukeamasta. Mitä Jatko aika tarjoaa -sivu vasemmalla ja Kasvattimme suosittelevat -sivu oikealla.

Osalla sivuista kuva saattaa jäädä laatikon ja siinä olevan tekstin alle niin, että se näkyy vain taustalla, kuten koko lehden ensimmäisellä aukeamalla. Kuviiin valittiin erilaisia pelitilannekuvia, kuten maaleja, laukauksia, tuuletuksia ja tappeluita, eri sarjoista. Edustettuina ovat muun muassa kotimaiset sarjat Liiga ja Mestis, venäläinen KHL sekä Suomen maajoukkue Leijonat. Tällä haluttiin osoittaa, kuinka laajasti Jatko aika seuraa eri sarjoja. Kuvia pyysin useammalta eri Jatko ajan kuvaajalta. Selitin heille tarpeeni ja kerroin, että tarvitsisin lehteä varten monipuolisia ja kauniita kuvia erilaisista tilanteista ja sarjoista. Kuvaajat ymmärsivät pyyntöni ja sain monipuolista kuvitusta lehden sivuille.

Mitä Jatko aika tarjoaa -sivulla kuvat ja tekstilaatikat muodostavat ikään kuin ruudukon (katso Kuva 3). Loirin ja Juholinin (1998, 65) mukaan ”kuva tulisi sijoittaa aukeamalle niin, että sivu on tasapainoinen ja sopusuhtainen”. Tätä ajatusta toteutin myös ruudukossa, joka on täysin symmetrinen. Yleisemminkin pyrin toteuttamaan koko lehden niin, että sivuilla vuorottelevat tekstit ja kuvat. Jos tekstin perään tulee lisää tekstiä, kuten

Kasvattimme suosittavat -sivulla, pyrin erottamaan sen muusta tekstistä värillisen laatikon avulla. Toisaalta ”puhtaita” kuvia ei lehdessä ole kuin yksi, ellei laske haastateltavien kasvokuvia. Jokaisen muun kuvan päällä on tekstiä, laatikossa tai ilman. Tämä voi tehdä kokonaisuudesta joissain paikoin tukkoisen oloisen.

Rantasen (2007, 19) mukaan kuva kietoutuu aina jollain tavalla tekstiin, vaikka se vaikuttaisikin näennäisesti irralliselta. Esimerkiksi Kasvattimme suosittavat -sivulla kuvalla, jossa haastatellaan pelaajaa, yritin kuvata sitä, että Jatkoajan kasvatteja on työllistynyt useisiin medioihin, ja samalla sitä, että Jatkoajan toimittajat hakevat haastatteluja samalla tavalla kuin muidenkin medioiden edustajat. Kuvassa näkyy parikin Jatkoajan entistä toimittajaa. Mitä Jatkoaika tarjoaa -sivulla taas erilaiset tilanteet kaukalossa symboloivat myös Jatkoajan monipuolisuutta, joka taas tulee ilmi vieressä olevista teksteistä.

Visit Turun esitteessä³ kuvat ovat käytännössä jokaisella sivulla tiukasti sidottu tekstin aiheeseen. Esimerkiksi sivulla, jolla kerrotaan Apteekkimuseosta ja Qwenselin talosta (Visit Turku 2017, 25), on kuvat näistä paikoista, ja sivulla, jolla kerrotaan Turun uima- paikoista, on kuvia esimerkiksi Samppalinnan uimalasta ja Ispoisten uimarannalta (emt., 43). Samaten Jazz City Turun Kevät 2017 -esitelehdessä kuvat liittyvät aina sivulla tai aukeamalla olevaan tekstiin. Esimerkiksi Flame Jazz Cruise 10 -tapahtumaa esittelevällä aukeamalla (Jazz City Turku 2017, 6-7) on kuvia konserttiristeilyllä esiintyvistä artisteista. Toimihenkilöunionin Pallo haltuun jo opiskeluaikana -lehtisessä ei ole yhtä selvästi kuvitettavia aiheita, mutta myös kyseisessä esitteessä kuvat liittyvät aukeaman teksteihin ainakin kuvainnollisella tasolla. Esimerkiksi lehden toisella aukeamalla on kuva kahdesta ilmeisesti jalkapalloa pelaavasta henkilöstä sekä teksti ”Liity joukkueeseen nyt” (Toimihenkilöunioni 2017, 4-5).

Vaikka lähtöajatuksena oli tehdä lehdestä ”kevyt” niin, ettei siinä olisi liikaa kuvia ja tekstiä, joillakin aukeamilla on paljon erilaisia elementtejä, jotka eivät välttämättä toimi yhdessä täysin saumattomasti (katso Kuva 3). Lukijan olo voi sivua katsellessa olla hiukan levoton silmien etsiessä tiettyä kiintopistettä. Tällä aukeamalla elementit, kuten tekstit, nosto, tekstilaatikot ja luettelo, ovat myös hyvin samankokoisia suhteessa toisiinsa, joten lukijan saattaa olla vaikea seurata aukeamaa johdonmukaisesti. Jälkeenpäin ajateltuna olisin voinut esimerkiksi suurentaa vasemmalla puolella oleva ruudukkoa ja karsia tekstiä pois selkiyttääkseni sivua. Liiallinen visuaalisuus voikin kääntyä itseään vastaan, sillä se saattaa ”hankaloittaa tiedon perillemenoä” (Lindell 2013, 23).

³ Linkki Visit Turun esitteen verkkojulkaisuun: <https://issuu.com/visitturku/docs/123543>

4.3 Haastattelusivut

Haastattelusivuilla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä yksinkertaisesti niitä sivuja, joilla on ihmisten kommentteja. Haastattelusivut voidaan jakaa kahteen osioon. Millainen kasvattajaseura Jatkoaika on? -aukeamalla on kysytty viiden eri mediatalon urheilutoimituksen johdolta näkemyksiä Jatkoajasta. Kasvattimme suosittavat -sivun jälkeisillä kahdella aukeamalla taas Jatkoajan entiset ja nykyiset toimittajat kertovat omista kokemuksistaan Jatkoajassa toimimisesta ja sen tuomista mahdollisuuksista. Halusin erottaa lainaukset muusta tekstistä, joten ne kursivoitiin. Myös kuvatekstit kursivoitiin. Jatkoajan toimittajien kommenttien yhteyteen halusin tekijöistä myös kasvokuvat verkkoversion (katso Kuva 5) tapaan (Jatkoaika 2017a). Kuvasta lukija saattaa myös tunnistaa kommentoijan. Lyhensin osaa Jatkoajan toimittajienkin kommenteista, jotta lainaukset eivät olisi kovin pitkiä.



Kuva 74. Esimerkki rekrytointilehden haastatteluaukeamasta.

Kaikista tekijöistä ei välttämättä tarvitsisi kuvaa. Lehteen olisi voinut esimerkiksi ottaa vain katkelmia tai esimerkiksi hyvin lyhyitä sitaattinostoja verkkoversion teksteistä, ja nostaa vain osa kommentoijista kuvien kautta esiin. Esimerkiksi Jazz City Turun esitteessä (2017, 6-7) läheskään kaikista artisteista, jotka ovat mukana Flame Jazz Cruise

10 -tapahtumassa, ei ole kuvaa. Sen sijaan on valittu kaksi artistia, joiden kuvat ovat korostetun suuria. Näin Jatkoajan lehdessäkin olisi voinut toimia, sillä nyt tekijöiden kuvat jäivät hyvin pieniksi ja sivuilla on paljon erilaisia elementtejä. (katso Kuva 4).

Halusin Jatkoajan tekijöistä kertovalle aukeamalle myös muita kuvia tekijöistä. Aukeamalla, jossa on Teemu Tammilehdon ja Kasperin Kunnaksen lainaukset (katso Kuva 4), mukana on sivuntaitteen yli jatkuva kuva Jatkoajan ryhmästä. Tehokeinona on myös kuvan päälle nostetut lainaukset haastatteluteksteistä. Kuten Rantanen (2007, 139) toteaa, kuva on voimakas viesti. Suurella kuvalla, jossa on hymyileviä tekijöitä, pyritään viestimään, että Jatkoajan tekijöillä on hauskaa.

JATKOAIKA ◀ MIKÄ JATKOAIKA? MAHDOLLISUUDET TARINAT REKRY HAE

Emil Elo
Toimittaja, Kauppalehti
JATKOAJASSA 2006-2012

Hyppäsin Jatkoajaan mukaan lukioikäisenä. Tällä tavalla aloitin journalistin opinnot jo ennen kirjoituksiani. Ensimmäinen haastattelutani oli sinä vuonna A-juniorien pistepörssin voittanut Teemu Ramstedt.

Juttuja alkoi syntyä tämän jälkeen tasaisesti viikoittain. Näistä jokaisen Jatkoajan vanhempi kohti tarkasti ja tällä tavalla kehitti minua kirjoittajana.

Myöhemmin opiskelupaikkaa hakessani en kokenutkaan tarvitsevani journalistin opetusta, vaan pystyin lähtemään opiskelemaan suoraan joihin syventävämpää ainetta. Minulle se tarkoitti kauppatieteen ja tietotekniikan opintoja. Nykyisessä työssäni Kauppalehdellä pystynkin yhdistämään Jatkoajan tarjoamaa täysin ainutlaatuista urheilujournalismin pohjaa ja yliopisto-opintoja.

Jatkoajan vuodet eivät tosin kehittäneet vain urheilujournalismin osaamista, vaan sivusta tarjosi nuorelle toimittajalle kokeilulustan. Sitä kautta pääsi itse osallistumaan median tulevaisuuteen, kun sai vapauden tehdä suurille lukijamäärille mitä vain, miten vain.

Tätä uniikkia instituutiota ei saa ajatella kapeakatseisesti vain "vapaaehtoisten toimittajien verkkosivustona", vaan se on oita ponnahduslauta alalle, jonne on yhä vaikeampi päästä.

Kasper Kunnas
Urheilutoimittaja, MTV
JATKOAJASSA 2010-2013

Urheilutoimittajan ura ei ollut ensimmäisenä mielessä, kun aloitin Jatkoajassa. Kaverin kautta ja kokeilumielessä. Ahaa-elämys tuli kuitenkin nopeasti. Tajusin pitäväni hommasta niin paljon, että voisin joskus tehdä sitä työkseni.

Heti ensimmäisenä vuonna Jatkoajassa sain kokea HIFK:n mestaruuden ja Leijonien MM-kullan (ja ilmeisesti) paikan päällä. Jatkoajan työnantajan ansiosta sain kesätoista Kymen Sanomista, mikä taas johti nykyiseen työhöni MTV:llä.

Ensimmäisenä Jatkoajan jutuista vuosi ja olin Maikkarilla töissä – ei huonot!

Opin Jatkoajassa perusteet asialliseen uutistyyliin ja kiinnostavaan urheilujournalismin. Molemmat ovat katoavia luonnonvaroja, Jatkoajassa pääsin heti toiminnan keskele. Kuin hyppy altaan syvään pöydään, mutta samaan aikaan tekijöiden yhteisö opettaa uimaan.

Eika Jatkoaike ole pelkkää hallilla hengausta. Kehityspäivät, vuosikokoukset ja pahamaineisen legendaarisen kesäjuhlat luovat tiiviin yhteisön. Ei siihen ole pakko kuulua, mutta nostaa se on!

Jos haluat jääkiekkoa enemmän, mene Jatkoajkaan. Ja jos haluat tästä ammatin, niin mitä enää odotat?

Kuva 101. Jatkoajan tekijöiden tarinat, ruutukaappaus verkosta. (Jatkoaike 2017a.)

Halusin aukeamalle, jossa on urheilutoimitusten päälliköiden kommentteja, mukaan kailta viideltä haastatellulta vähintään yhden lainauksen. Aukeamalle tuli sitä kautta paljon tekstiä, ja jotta kaikki teksti mahtui, kirjainten kokoa jouduttiin pienentämään, jolloin luetavuus kärsii. Aukeamaa kevennettiin nostamalla molemmille sivuille yksi kuva. Aukeaman toisella sivulla on lisäksi kuvan päällä pieni tekstilaatikko. Jälkikäteen analysoituna osan tekstistä olisi voinut jättää pois, jotta aukeama olisi näyttävämpi ja houkuttelevampi lukea. Olen tottunut sanomalehtien parissa siihen, että tilaa pyritään säästämään, ja kaikki mahdollinen tila halutaan käyttää hyödyksi. Sen takia oli vaikea välillä muistaa, että myös tyhjä tila voi olla tehokeino. Samaan ongelmaan oli törmännyt Kristiina Erko (2015, 28) omassa opinnäytetyössään. Rantanen (2007, 169) kertoo että tyhjä tila "rytmittää, arvottaa, jäsentää ja valaisee ja on lisäksi kaunista". Sen vuoksi esimerkiksi Jat-

koajan toimittajien lainausten ympärille jätin valkoisessa laatikossa (katso Kuva 4) runsaasti tilaa. Teksti nousee hyvin esiin, kun ympärillä on pelkkää valkoista – väriä, jota ei muuten lehdessä ole isoina aloina esillä.

Jatkoajan toimittajien lainaukset ovat tekstilaatikoissa, joissa kaksi kulmaa on pyöreitä ja kaksi kulmaa suorakulmia. Lisäksi laatikoiden päällä olevassa laatikossa, jossa kaikki kulmat ovat pyöreitä, on kirjoittajan nimi, nykyinen työpaikka sekä toimintavuodet Jatkoajassa. Käytin osittain pyöreitä kulmia jälleen yhtenäistääkseni lehteä verkkoversion kanssa, jossa laatikoiden muoto ja ulkoasu ovat hyvin samankaltaiset kuin lehtiversiossa (katso Kuva 5).

Huovila (2006, 115) varoittelee useampien laatikoiden sijoittamisesta samalle aukeamalle, ja tein tässä pienen poikkeuksen, koska laatikolla nostan tekstiä vielä enemmän esiin, kuten aiemmin totesin. Lisäksi nyt laatikoiden kautta saadaan jälleen yhteys rekrytointisivujen verkkoversioon, jossa niin ikään lainaukset sekä kirjoittajien tiedot ovat erillisissä laatikoissa. Nimi- ja tietolaatikossa on lisäksi tekijän kuva, joka erottuu laatikossa selvästi. Jos se olisi suoraan puna-sinisellä taustalla, olisi selvästi vaikeampaa erottaa etenkin tummempia kuvia.

Sekä tieto- että haastattelusivuilla kaikkein tärkeintä visuaalisuudessa on yhteneväisyys. Yhteneväisyyttä korostavat myös Huovila (2006, 206) ja Rantanen (2007, 167). Yleisesti ottaen linja on visuaalisesti yhtenäinen koko lehden, mutta toisaalta myös joitakin ongelmia siinä suhteessa on. Vaikka fontit ovat joka aukeamalla samat, fonttikoossa on pientä vaihtelua eri aukeamilla, mikä rikkoo yhteneväisyyttä. Olen pääasiassa tyytyväinen siihen, kuinka paljon sain yhteneväisyyttä rekrytointilehden ja -verkkosivun välille, mutta joitain eroavaisuuksiakin oli. Esimerkiksi verkkoversiossa (katso Kuva 5) laatikko, jossa henkilö esitellään, sekä laatikko, jossa on henkilön lainaus, ovat täysin kiinni toisissaan, kun taas lehtisessä niiden välillä on pieni väli (katso Kuva 4). Myös väreissä ja fonteissa on pientä eroa.

5 TUOTEOSAN TOIMITUKSELLISEN SISÄLLÖN ANALYYSI

Tässä luvussa käsitellään sitä, millaisia valintoja sisällöllisesti Jatkoajan rekrytointilehteä (katso Liite 1) suunniteltaessa ja taittaessa tehtiin. Analyysi jaetaan jälleen kahteen osaan: tietosivuihin ja haastatteluosaan. Tietosivuilla käsitellään sitä, millaisia asioita tuli toimituksellisesti ottaa huomioon lehteä kootessa. Siinä mielessä tässäkin luvussa sivutaan myös visuaalista puolta, että esimerkiksi tekstimäärän ja -muodon suhteen sisällöllisiä valintoja tehdessä tulee huomioida myös visuaalinen puoli. Sisällöllisiä valintoja verrataan ennen kaikkea muihin mainoslehtiin, kuten Visit Turun (2017) sekä Toimihenkilöunionin (2017) lehtiin. Toimihenkilöunionin lehti on tavoitteiltaan lähempänä Jatkoajan rekrytointilehteä, sillä silläkin pyritään houkuttelemaan ihmisiä johonkin, Toimihenkilöunionin jäseneksi. Lisäksi luvussa kerrotaan, mitä yleensä rekrytointi-ilmoituksissa tulee ottaa huomioon ja miten ne näkyvät Jatkoajan rekrytointilehdessä.

Lehteä työstäessäni pyrin keräämään siihen näkökulmia ja ajatuksia seuraaviin kysymyksiin: Mitä ammattilaistoimittajaksi aikova saa Jatkoajasta? Entä miksi jotkut ryhtyvät toimittajiksi harrastuspohjalta? Mitä Jatkoaika voi tarjota tekijöilleen? Kannattaako työtä tehdä ilmaiseksi, vain koska se rakentaa henkilöbrändiä ja tuo työkokemusta? Millainen ponnahduslauta Jatkoaika.com on ollut ammattitoimittajiksi aikoville? Ensimmäiseen kysymykseen annetaan vastaus tietosivuilla, joilla kerrotaan Jatkoajan tarjoamista mahdollisuuksista, lisäksi sisällä on sivu otsikolla ”Mitä Jatkoaika tarjoaa?”, jossa vastataan kysymykseen ainakin osittain. Syitä Jatko aikaan hakeutumiseen ja ilmaiseksi tekemiseen perustellaan hyvin haastatteluosiossa: esimerkiksi MTV Sportin tuottaja Jani Merimaa (Merimaa J., henkilökohtainen tiedonanto 8.3.2017) toteaa näin ja vastaa samalla kysymykseeni:

Ammattitoimittajaksi suuntaavien nuorten tekijöiden on ensiarvoisen tärkeää päästä kirjoittamaan paljon heti uransa alussa. Ammatilaiseksi kun oppii vain tekemällä. Jatkoaika on hyvä kanava sille, että pääsee tekemään juttuja.

(Merimaa 2017)

Kysymykseen siitä, millainen ponnahduslauta Jatkoaika on, vastataan Jatkoajan entisten toimittajien kommentteissa. Esimerkiksi nykyisin MTV Sportin toimittajana työskentelevä Kasper Kunnas (katso Kuva 4) toteaa näin: ”Ekasta Jatkoajan jutusta vuosi ja olin Maikkarilla töissä.”

5.1 Tietosivujen kokoaminen ja sisältö

Sisällöllisesti suuri osa rekrytointilehden tekstimateriaalin rungosta tuli Jatkoaika.comin omilta rekrytointisivuilta (Jatkoaika 2017a) ja muusta jo valmiista muiden kirjoittamasta materiaalista. Materiaali oli kuitenkin kirjoitettu enemmän verkko ja sen lainalaisuudet mielessä, joten tekstien kanssa joutui tekemään paljon toimituksellista työtä. Rekrytointisivujen tekstit ovat verkossa suhteellisen pitkiä ja myös hiukan polveilevia, joten lyhensin, muokkasin ja karsin tekstejä huomattavasti viedessäni niitä verkosta painettavaan tuotteeseen.

65 JATKOAICA.COM HAKEE TEKIJÖITÄ

Haemme uusia tekijöitä Suomen mahtavimpaan kiekkoihmiseen verkkolehteen. Toimintaa on tarjolla, halusitpa urheilutoimittajan ammattiin tai kirjoittamaan harrastusmielessä jääkiekosta.

<p>MITÄ ETSIMME?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toimittajia ja kuvaajia kaikkiin toimituksiimme. • Tekijöitä seuratoimituksiin, ajankohtaiseen uutisointiin, artikkelien ja kolumnien tekoon ja moneen muuhun. • Liiga- ja Mestis-paikkakunnilla tai niiden läheisyydessä asuvilta toivomme avustamista paikallistoimituksessa. Asuinpaikkasi ei kuitenkaan rajoita toimintaa. • Sosiaalisen median osaajia. 	<p>MITÄ EDELLYTÄMME?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suomen kielen osaamista. • Sovittujen juttujen hoitamista. • Sitoutumista sekä intoa ja yhteistyökykyä. • 18 vuoden ikää, josta tosin voidaan joustaa.
---	---

Jos olet etsimämme tekijä, muokkaamme yhdessä juuri sinulle sopivan roolin!

Kuva 126. Jatkoaika.com hakee tekijöitä -sivu.

Tekstien täytyi olla painotuotteessa melko lyhyitä. Esimerkiksi Mitä Jatkoaika tarjoaa? -sivun ”ruudukkoon” (katso Kuva 3) karsittiin pelkät otsikot verkkoversiossa löytyvästä tekstistä (Jatkoaika 2017a). Verkossa jokaisen otsikon alle mahtuu vielä kokonainen kappale tekstiä. Jatkoaika hakee tekijöitä -sivulla (Katso Kuva 6) tiivistettiin tekstiä niin, että kokonaisten lauseiden sijaan listataan Jatkoajan toivomat ja edellyttämät asiat alilekkain. Verkossa aiheet ovat väliotsikoiden alla osittain lomittain, nopeasti selattavassa paperiversiossa on tärkeää, että sisältö on nopeasti luettavaa. Verkkoversiossa on otsikko Mitä sinulta vaaditaan, jonka alla lukee: ”Kaikilta tekijöiltä edellyttämme suomen kielen osaamista, sovittujen juttujen hoitamista, sitoutumista sekä intoa ja yhteistyökykyä.” (Jatkoaika 2017a.) Leipätekstiluetellon muuttaminen nopeasti lukaistavaksi listaksi luettelomerkeillä on selkeä tapa nostaa asioita esiin. Lisäksi lisäsin listaan muusta leipätekstistä vaatimuksen 18 vuoden iästä.

Halusin kuitenkin itse – ja sellaisen toiveen sain myös Jatkoajan johdosta –, että rekrytointilehteä ei täytetä tekstimassalla, vaan visuaalisen puolen ja kuvien toivottiin nousevan isoon rooliin lehdessä (Liljaniemi 2017). Tässä asiassa jollain tasolla epäonnistuin, sillä osalle sivuista tekstiä kertyi huomattavan paljon. Jokaisella lehden sivulla on tekstiä useampi lause. Loiri ja Juholin (1998) kertovat, että typografia voi joskus jopa korvata kuvan visuaalisena elementtinä, mutta useimmiten kuva on tekstiä voimakkaampi ilmaissukeino (emt., 33). Lehdessä olisi voinut hyödyntää tätä esimerkiksi nostamalla jollakin sivulla esiin yhden suuren kuvan, joka jollain tavalla olisi kuvannut Jatkoaikaa. Tällainen kuva olisi voinut olla esimerkiksi toimittaja haastattelemassa urheilijaa.

Mikkelin ammattikorkeakoulun Tuulia Aro kertoo kulttuurituotannon koulutusohjelman opinnäytetyössään (2011, 4), että ”hyvästä rekrytointi-ilmoituksesta on yhdellä silmäyksellä havaittavissa, kuka hakee ja ketä haetaan”. Aron mukaan rekrytinnista useita teoksia kirjoittanut Mikko Markkanen on todennut, että ”rekrytointi-ilmoitus on myyvä lyhennelmä toimenkuvasta ja markkinointiviesti työnantajasta” (emt.). Mielestäni ensimmäiseen kohtaan annetaan Jatkoajan lehdessä sisällöllisesti vastaus Jatkoajan rekrytointilehdessä jo kannen otsikon avulla. Siitä selviää yhdellä silmäyksellä, että Jatkoaika hakee tekijöitä, joka taas terminä selitetään heti ensimmäisellä aukeamalla. Myös lyhennelmä toimenkuvasta selviää heti lehden ensimmäiseltä aukeamalta. Koska kyseessä on kuitenkin kokonainen lehti, minulla oli mahdollisuus panostaa myös markkinointiviestiin Jatkoajasta.

Visit Turun lehdessä (2017) on nostettu samantyyppisesti asioita esiin kuin Jatkoajan lehdessä. Vaikka asiat ovat hyvin erilaisia, myös Visit Turun lehdessä on selvästi pyritty

samanlaisiin tavoitteisiin: tiivistä, kuvallista ja monipuolista sisältöä. Visit Turkuakin hyödyntää esimerkiksi tekstilaatikoita (emt., 21), suoria lainauksia (emt.17) ja ”ruudukoita” (emt. 5). Toimihenkilöunioni (2017) taas on koonnut oman lehtensä hyvin samantyyppisesti kuin Jatkoajan rekrytointilehti koottiin, vaikkei Toimihenkilöunionin lehdessä ole lainkaan lainauksia tai haastatteluja. Toimihenkilöunioni kertoo lehden alussa, mikä yhdistys on ja mitä se voi tarjota opiskelijoille. Tämä vastaa Jatkoajan lehdessä esittelyä sekä sitä, mitä Jatkoaika voi tarjota tekijöilleen. Lehdessään Toimihenkilöunioni myös listaa palvelujaan, kertoo leipätekstissä toiminnastaan ja antaa lopussa hakuohjeet.

5.2 Haastattelujen onnistuminen ja sisältö

Haastattelin Jatkoajan rekrytointilehteä varten suomalaisten medioiden toimitusten, pääasiassa urheilutoimitusten, päälliköitä ja johtajia. Alkuperäinen suunnitelmani oli suorittaa osa haastatteluista puhelimitse ja osa sähköpostitse, mutta lopulta, osittain haastateltavien pyynnöstä, haastattelut suoritettiin kokonaan sähköpostin välityksellä. Luotin siihen, että vastaukset ovat sekä sisällöllisesti että esimerkiksi kieliopillisesti hyviä, koska haastateltavat ovat ammattitoimittajia. Haastateltuja toimittajia olivat Joonas Partanen Iltalehdestä, Pekka Aalto Aamulehdestä, Petri Lahti IS Urheilusta, Jani Merimaa MTV Sportista sekä Panu Pokkinen Yle Urheilusta.

Kaikilta haastateltavilta kysyttiin samat kolme kysymystä. Journalistisesti ajateltuna kysymykset ovat jo etukäteen jonkin verran asenteellisia. Esimerkiksi kysymyksessä ”Milloisissa asioissa uskot Jatkoajan kehittävän kaikkein eniten?” on oletus, että Jatkoaika kehittää monenlaisessa asiassa. Rekrytointilehdessä asenteelliset kysymykset ja positiiviset nostot eivät kuitenkaan näyttäydy ongelmallisina, vaan lajityypin mukaisina. Kuten MM-rekrytointi Oy:n Mikko Markkanen (Aro 2011, 37) kertoo, rekrytointi-ilmoitustekstit ”kirjoitetaan positiiviseen sävyyn lajityypin mukaan”. Rekrytointi-ilmoituksessa halutaan nostaa esille hyviä asioita, jotta mahdolliselle hakijalle syntyisi tahosta positiivinen mielikuva. Kaikki haastateltavat antoivat Jatkoajasta vastauksia ja kommentteja positiiviseen sävyyn, mikä tässä tapauksessa palveli lehteä. Samalle aukeamalle lisäsin tekstilaatiossa ikään kuin nostona myös faktat, että Jatkoaika on ollut Suomen Urheilugaalassa Vuoden Urheilujournalismi -palkintoehdokas ja että Jatkoajan valokuvaaja Mikko Pylkkö on valittu vuoden jääkiekkotoimittajaksi Suomessa.

Toisaalta tila oli aukeamalla rajallinen, ja suurimman osan haastateltavien vastauksista jouduin jättämään pois lehdestä, vaikka aukeamasta silti tuli hyvin tekstipitoinen (katso

Kuva 7). Jokaiselta haastateltavalta on silti ainakin yksi kommentti lehdessä. Sain kysymyksiin monipuolisia vastauksia. Esimerkiksi kysymykseen siitä, millaisissa asioissa Jatkoaika kehittää kaikkein eniten, lehteen päätyi kolme erilaista vastausta. IS Urheilun Petri Lahti (2017) nosti esiin nopeuden ja reagoimistaidon sekä myös kantaaottavuuden. Ilta-lehti Urheilun Joonas Partanen (2017) taas nosti muun muassa otsikoinnin ja verkko-osaamisen: ”Toki Jatkoajan kasvateilla on yleensä luonnollisesti myös hyvä jääkiekkotietämys”. Aamulehden Pekka Aalto (2017) kiinnitti omassa vastauksessaan huomiota rutiinitasoon toimittajan työssä: ”Kiinnostus työtä kohtaan on myös varmasti pyyteetöntä, kun työtä ei tehdä rahan vuoksi”.

MILLAINEN KASVATTAJASEURA JATKOAIKA ON?

Jatkoaika kysyi mediatalojen urheilutoimitusten johdosta, miten niissä nähdään Jatkoaika ja mitkä ovat Jatkoajan toimittajien suurimmat vahvuudet kilpailussa media-alan työpaikoista.

Kysymyksiin vastasivat:
Joonas Partanen, esimies, IL Urheilu
Pekka Aalto, esimies, Aamulehti Urheilu
Petri Lahti, toimituspäällikkö, IS Urheilu
Jani Merimaa, urheilun toimituspäällikkö, MTV
Panu Pokkinen, urheilun päälikkö, Yle Urheilu

Millaisena kouluna ja näet Jatkoajan ammattitoimittajaksi aikovalle?

MERIMAA: Ammattitoimittajaksi suuntaavien nuorten tekijöiden on ensiarvoisen tärkeää päästä kirjoittamaan paljon heti uransa alussa. Ammattilaiseksi kun oppii vain tekemällä. Jatkoaika on hyvä konava sille, että pääsee tekemään juttuja.

AALTO: Jatkoaika on hieno koulu nuorille kirjoittajille. Osalla Jatkoajan toimittajista on myös pyrkimystä mennä syvemmälle journalismissa, eikä vain perusta juttuaan haastatetavan lainauksin.

POKKINEN: Jatkoaika antaa nuorille toimittajille hyvän mahdollisuuden oppia journalismin perusasioita: nopeassa aikataulussa ja jääkiekon kilpailussa merkinassa näkökulman valinta korostuu. Juttu pitää saada ideasta toteutetuksi nopeasti, koska seuraavana päivänä on jo uudet puheaineheet. Lisäksi yleisö ja sen huomio paine on todellinen.

Kun teille palkataan uusia toimittajia, millaisena työkokemuksena näette Jatkoajan?

PARTANEN: Ehdottomasti plussana. Kertoo valmiudesta hakea työkokemusta ilman palkkoakin, indikoii oma-aloitteisuudesta. Pelkkä Jatkoaika itsessään ei tee ketään vielä autuaaksi tai valmiiksi toimittajaksi, mutta hyvämaineinen toimittajien kasvupaikka se on.

MERIMAA: Jatkoajassa toimiminen osoittaa rekrytoijalle sen, että tekijä on aidosti kiinnostunut alasta. Erityisesti arvostan sitä, jos tekijä on päässyt Jatkoajan sisällä tehtäviin, jotka voi nähdä kaikkien tavoitelluimpina (esim. MM-äitiä), koska se kertoo, että kyseiseen tekijään on ollut vahvaa luottoa Jatkoajan toimituksen sisällä.

LAHTI: Jatkoaika on selvästikin hyvä portti alalle. Sieltä on löytynyt useita hyviä tekijöitä niin vakituiseksi toimittajaksi kuin avustajiksi Iltä-Sanomien.

Vuonna 2010 Jatkoaika oli ehdolla Suomen Urheilugaalassa Vuoden Urheilujournalismi -palkinnon saajaksi, ja keväällä 2015 Jatkoajan valokuvaaja Mikko Pylikö valittiin vuoden jääkiekkotoimittajaksi Suomessa.

Millaisissa asioissa uskot Jatkoajan kehittävän kaikkein eniten?

LAHTI: Jatkoajassa korostuu digitaalinen näkökulma, samoin nopea, reagoiva ja tarvittaessa kantaa ottavakin toimittaminen.

PARTANEN: Kun kyseessä on verkkomedia, lähtökohteisesti Jatkoajassa työskennelleet ymmärtävät esimerkiksi otsikoinnin merkityksen ja ylipäätään verkkotekemisen laatuolosuhteet. Toki Jatkoajan kasvateilla on yleensä luonnollisesti myös hyvä jääkiekkotietämys.

AALTO: Alka monella Jatkoaika-taustaisella toimittajalla on kova rutiini työstä. Kiinnostus työtä kohtaan on myös varmasti pyyteetöntä, kun työtä ei tehdä rahan vuoksi.

Kuva 141. Millainen kasvattajaseura Jatkoaika on? - Urheilutoimitusten päälliköiden haastatteluja.

Vastaukset aukeamalla ovat monipuolisia, ja ne tukevat lehden tavoitetta antaa lukijalle informaatiota Jatkoajan tarjoamista kehitymis- ja työllistymismahdollisuuksista. Visuaalisesti ajateltuna aukeamalla on tekstiä hyvin paljon, kuten aiemmassa luvussa todettiin. Lisäksi haastateltavien kommentteista osa on hieman samantyyppisiä. Osan kommentteista olisi voinut karsia pois tai ainakin typistää entisestään. Pitkien lainausten tilalle olisi voinut tehdä pelkkiä nostoja asiantuntijoiden lainauksista. Kuten yleisesti taitto-ohjeistuksissa todetaan, ”vähemmän on enemmän”.

"Kasvattimme suosittelivat" -luvussa on verkossa Jatkoajan entisten toimittajien itse kertomana tarinoita siitä, miten he ovat hyötäneet urallaan Jatkoajasta, millaisia muistoja heillä on Jatkoajasta ja mitä heille jäi päällimmäisenä käteen ajastaan Jatkoajan palveluksessa. En ole itse tehnyt näitä haastatteluja, joten jätän vastausten sisällöllisen analysoinnin tekemättä. Lainausten kanssa jouduttiin kuitenkin tekemään toimituksellista työtä lyhentämällä osaa teksteistä, jotta ne mahtuivat lehden sivulle. Lisäksi useiden verkkoversioon haastateltujen joukosta jouduttiin valikoimaan lehteen vain osa. Yksi valintaperuste oli kiinnostavat lainaukset, kuten Kasperi Kunnaksen kohdalla (katso Kuva 4). Toinen valintaperuste taas oli tekstin pituus: Jos teksti oli jo valmiiksi juuri oikean mittainen, oli se helppo ottaa myös lehtiversioon mukaan. Kolmantena valintaperusteena oli toimittajan tunnettavuus. Esimerkiksi Ilta-Sanomien Juha Hiitelä on tunnettu toimittaja jääkiekkopiireissä, mistä kertoo esimerkiksi se, että hänellä on Twitterissä 28 000 seuraajaa (Hiitelä 2017).

Samaan lehden osastoon pyysin vielä lisäksi Jatkoajan nykyistä toimittajaa Juha Oinosta kertomaan omista kokemuksistaan Jatkoajassa. Oinonen (2017) työskentelee sairaanhoitajana ja toimii vapaa-ajallaan Jatkoajassa. Oinosen kautta sain lehteen myös harrastajanäkökulmaa, millaista Jatkoajassa toimiminen on varsinaisen työn ohessa:

Syksyllä 2016 sain kokea jotain uutta ja odottamatonta, kun olin Jatkoajan toimittajana World Cupissa Torontossa. Kaksi viikkoa maailman parhaita pelaajia oli niin huikea kokemus, ettei sitä jälkeensä tahdo tajuta, vaikka reissu ei mitään lomailua ollutkaan. Harva "harrastus" pystyy tarjoamaan vastaavaa!

(Oinonen 2017)

Oinosen lainaus antaa lehteen uudenlaista näkökulmaa, ja sillä siitä tulee myös ilmi, että Jatkoajassa toimiessa on mahdollista päästä toimittajana myös jääkiekon arvokisoihin, vaikka Jatkoaika olisikin vain "harrastus", kuten Oinonen itse toteaa (emt.).

6 LOPUKSI

Jatkoaika toivoi rekrytointilehteä, jota se voisi levittää esimerkiksi jäähalleille ja oppilaitoksiin löytääkseen uusia tekijöitä eli toimittajia ja valokuvaajia toimintaansa mukaan. Rekrytointilehden piti olla tiivis mutta silti informatiivinen sekä visuaalisesti kiinnostava ja selkeä. En ollut tällaista projektia ennen tehnyt kuin harjoitusmielessä, joten haaste oli selvä: miten saada mukaan tarpeeksi informaatiota mutta säilyttää samalla visuaalinen näytävävyys ja kiinnostavuus. Lisäksi itse asetin tavoitteekseni, että saisin lehden muisuttamaan monilta osin uutta verkkoon julkaistua Jatkoajan rekrytointisivustoa.

Tärkeintä vastaavia lehtisiä tehdessä ovat Jatkoajan lehtisen teon perusteella hyvä suunnittelu ja joustavuus. Tein heti alussa selkeän suunnitelman, mitä lehteen halutaan ja millä sivulla lehteä olisi mitäkin. Minulle annettiin lehden kanssa käytännössä vapaat kädet, mikä oli samaan aikaan hyvä ja huono asia. Minulla ei ole paljon kokemusta taittamisesta, joten olisi voinut olla hyvä analysoida sekä visuaalista että sisällöllistä puolta jonkun kokeneemman taittajan tai graafisen suunnittelijan kanssa. Minua helpotti suuresti Jatkoajan rekrytointisivusto, josta sain lehdelle sekä sisällöllistä että visuaalista pohjaa. Etenkin tilanteessa, jossa tällaista pohjaa ei ole, olisi hyvin tärkeää keskustella toimeksiantajan kanssa ja käydä selvästi läpi, mitä lehteen halutaan ja missä muodossa. Minulle Jatkoaika on jo ennestään tuttu taho ja tiesin Jatkoajan tavoitteet rekrytointilehden suhteen, joten työhön oli suhteellisen helppo tarttua. Lisäksi tiesin saavani suurimman osan materiaalista valmiina; tekstit verkosta ja kuvat Jatkoajan omilta kuvaajilta.

Visuaalisesti ratkaisuni olivat monipuolisia useiden listojen ja laatikoiden avulla. Jokaisella aukeamalla on myös kokonaisuutta elävöittämässä kuvia. Kuvien täytyi olla monipuolisia: erilaisia tilanteita niin jääkiekko-otteluista kuin niiden ulkopuoleltakin. Toisaalta joillakin aukeamilla tuntui olevan liiankin paljon erilaisia elementtejä, jolloin kokonaisuus vaikutti sekavalta. Panostamalla tiettyihin elementteihin, kuten kuviin, kokonaisuudesta olisi saattanut tulla visuaalisesti vielä miellyttävämpi kokonaisuus. Koska halusin lehden olevan yhtenäisen näköinen Jatkoajan rekrytointisivuston kanssa, värit ja typografia oli helppo valita. Näiden kohdalla kaikkein tärkeintä oli tehdä selkeät valinnat ja pitää yhtenäinen linja läpi lehden. Värimaailma ja fontit ovat yhtenäisiä kannesta kanteen, ja lukija saattaa mielessään yhdistää ne heti verkossa olevan Jatkoajan rekrytointisivuston kautta.

Sisällöllisesti suurimmat haasteet tulivat tekstin määrän suhteen. Verkon rekrytointisivustolla olisi laadukasta materiaalia jopa useisiin samanlaisiin lehtiin, mutta jouduin tekemään tiukkoja valintoja sisällön suhteen: millaista tietoa lukija haluaa lehdestä lukea ja millaisesta tiedosta hänelle olisi eniten hyötyä. Tein sisällöllisesti päätökset miettien, mitä itse olisin halunnut tietää Jatkoaikaan hakemista harkitessani. Halusin lehteen myös ”asiantuntijoiden” kommentit. Asiantuntijoina toimivat haastattelemani urheilutoimitusten johtajat, jotka kertoivat monipuolisesti näkemyksiään Jatkoajasta.

Tekstin määrä oli myös visuaalinen ongelma: kuinka paljon voin lisätä tekstiä ilman, että aukeama ”tukehtuu”. Joillakin aukeamilla, kuten esimerkiksi asiantuntija-aukeamalla (katso Kuva 7) tekstiä tuli jälkikäteen ajateltuna liikaa. Sitä olisi voinut karsia entisestään tai tuoda esille erilaisessa muodossa. Esimerkiksi erilaiset listat ja nostot ovat nopeaa luettavaa, mitä hyödynsinkin muualla lehdessä.

Kokonaisuutena olen lehteen lähtökohtiini ja kokemustasooni nähden tyytyväinen: 12-sivuinen lehti on arvioni mukaan informatiivinen ja kiinnostava mutta myös näyttävä ja huomiota herättävä. Suhteellisen pieni paketti on sekä visuaalisesti että sisällöllisesti monipuolinen.

LÄHTEET

TUTKIMUSHAASTATTELUT

- Aalto P. 2017. Urheilun esimies, Aamulehti. Sähköpostihaastattelu 8.3.2017.
- Kivimäki J. 2017. Jatkoaika. Haastattelu 13.2.2017.
- Lahti P. 2017. Toimituspäällikkö, IS Urheilu. Sähköpostihaastattelu 28.3.2017.
- Liljaniemi M. Toiminnanjohtaja, Jatkoaika. Haastattelu 19.4.2017.
- Merimaa J. 2017. Tuottaja, MTV Sport. Sähköpostihaastattelu 8.3.2017.
- Oinonen J. 2017. Jatkoajan toimittaja. Haastattelu 12.3.2017.
- Partanen J. 2017. Toimituspäällikkö, Iltalehti Urheilu. Sähköpostihaastattelu 8.3.2017.
- Sundell M. 2017. Toimittaja, entinen Mestis-toimituspäällikkö, Jatkoaika.com. Haastattelu 8.3.2017.

MUUT LÄHTEET

- Aro, T. 2011. Haetaan tuottajaa: Näkökulmia kulttuurituottajuuteen rekrytointi-ilmoitusten kautta. Mikkelin ammattikorkeakoulu, kulttuurituotannon koulutusohjelman opinnäytetyö. Viitattu 12.10.2017.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/27305/Tuulia_Aro.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Erkko, K. 2015. Artikkelit kirjaksi – historiateos Varsinais-Suomi ja Viro. Turun ammattikorkeakoulu, journalismin opinnäytetyö. Viitattu 7.3.2017
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/92694/Erkko_Kristiina.pdf?sequence=1
- Graafinen.com: Tietopankki graafikoille. Viitattu 7.3.2017.
<http://www.graafinen.com/>
- Granholm, M. & Karlsson, M. 2014. Rekrytointiopas esimiehille. Turun ammattikorkeakoulu, liiketalouden opinnäytetyö. Viitattu 20.11.2017.
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/72086/opinnaytetyo%20040414.pdf>
- Heinonen, A. & Domingo, D. 2009. Blogit journalismin muutoksen merkinä. Teoksessa Väliiveronen, E. (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 68-87.
- Hiitela, J. @jhiitela Twitter-tili. Viitattu 1.11.2017.
<https://twitter.com/jhiitela>
- Hujanen, J. 2014. Journalismin uudet tekijät. Teoksessa Virtapohja K. (toim.) Journalismi ajassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 195–207.
- Huovila, T. 2006. Look – visuaalista viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Immonen, M. 2015. Suomalaisten yritysten rekrytointitavat. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyö. Viitattu 12.10.2017.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98057/Immonen_Marjo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jatkoaika. 2013. Tuukka Rask on Leijonien possujunan ainoa sauma mitaleille. Viitattu 11.10.2017.

<http://www.jatkoaika.com/Artikkeli/tuukka-rask-on-leijonien-possujunan-ainoa-sauma-mitaleille/153163>

Jatkoaika. 2014. Sinustako seuraava lätkäkynä? Jatkoaika etsii uusia toimittajia. Viitattu 4.2.2017.

<http://www.jatkoaika.com/Uutiset/sinustako-seuraava-l%C3%A4tk%C3%A4kyn%C3%A4-jatkoaika-etsii-uusia-toimittajia/156848>

Jatkoaika. 2015. Vihellyksen jälkeen – Uusi podcast-juttusarja näkee päivänvalon. Viitattu 11.10.2017.

<http://www.jatkoaika.com/Artikkeli/vihellyksen-j%C3%A4lkeen-uusi-podcast-juttusarja-n%C3%A4kee-p%C3%A4iv%C3%A4nvalon/173847>

Jatkoaika. 2016. Tämä on Jatkoaika – ei mikään blogi. Viitattu 28.1.2017.

www.jatkoaika.com/Artikkeli/t%C3%A4m%C3%A4-on-jatkoaika-ei-mik%C3%A4n-blogi/179878.

Jatkoaika. 2017a. Sinustako Jatkoajan uusi tekijä. Viitattu 11.10.2017.

<http://www.jatkoaika.com/sinustako-jatkoajan-uusi-tekij%C3%A4>

Jatkoaika. 2017b. Antti Pärnästä Jatkoajan uusi päätoimittaja. Viitattu 2.11.2017.

<http://www.jatkoaika.com/Uutiset/antti-p%C3%A4rn%C3%A4st%C3%A4-jatkoajan-uusi-p%C3%A4%C3%A4toimittaja/190048>

Jatkoaika. 2017c. Tekijöiden tiedotusfoorumi. Ei-julkinen keskustelualue. Viitattu 10.10. 2017.

Jazz City Turku. 2017: Jazz City Turku Kevät 2017 -esite.

Leijonat.com. 2017. Viitattu 12.10.2017.

<http://www.leijonat.com/>

Lindell, P. 2013. Mono-lehden taitto – lähtökohtia aloittavalle taittajalle. Tampereen ammattikorkeakoulu, viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö. Viitattu 7.3.2017.

http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/69457/Lindell_Pauliina.pdf?sequence=1

Loiri, P., Juholin, E. 1998. Huom! : visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Inforviestintä Oy.

MTV Spotti: Jääkiekon MM-kisat 2016 rikkoivat ennätyksen. Viitattu 26.10.2017.

<https://www.mtv.fi/spotti/kanavat/muut/artikkeli/jaakiekon-mm-kisat-2016-rikkoivat-ennatysen/5913656>

NHLSuomi. 2017. Viitattu 12.10.2017

<https://www.nhlsuomi.com/>

Ollonqvist, M., Piirainen J. 2013. Puuttuva palanen – Uuden aihealueen konseptointi vedonlyöntiyhtiö Expektin urheilu-uutissivustolle. Turun ammattikorkeakoulu, Diakin viestinnän koulutusohjelman opinnäytetyö. Viitattu 10.11.2017.

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/58894/Puuttuva%20palanen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rantanen, L. 2007. Mistä on hyvät lehdet tehty? Visuaalisen journalismin keittokirja. Hill and Knowlton.

Toimihenkilöunioni. 2017. Pallo haltuun jo opiskeluaikana! -esite.

Visit Turku: Huvia meren rannalla. 2017: Saaristo & Turku 017 -esite. Viitattu 10.11.2017.

<https://issuu.com/visitturku/docs/123543>

LIITE 1. JATKOAJAN REKRYTOIMISLEHTI



**SINUSTAKO
JATKOAJAN
UUSI TEKIJÄ?**

65 JATKOAIKA.COM HAKEE TEKIJÖITÄ

Haemme uusia tekijöitä Suomen mahtavimpaan kiekkoaiheiseen verkkolehteen. Toimintaa on tarjolla, halusitpa urheilutoimittajan ammattiin tai kirjoittamaan harrastusmielessä jääkiekosta.

MITÄ ETSIMME?

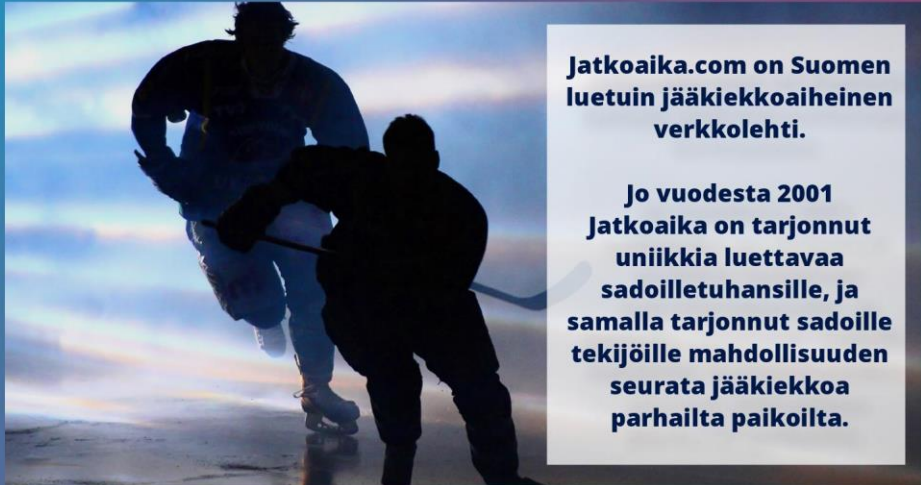
- Toimittajia ja kuvaajia kaikkiin toimituksiimme.
- Tekijöitä seuratoimituksiin, ajankohtaiseen uutisointiin, artikkelien ja kolumnien tekoon ja moneen muuhun.
- Liiga- ja Mestis-paikkakunnilla tai niiden läheisyydessä asuvilta toivomme avustamista paikallistoimituksessa. Asuinpaikkasi ei kuitenkaan rajoita toimintaa.
- Sosiaalisen median osaajia.

MITÄ EDELLYTÄMME?

- Suomen kielen osaamista.
- Sovittujen juttujen hoitamista.
- Sitoutumista sekä intoa ja yhteistyökykyä.
- 18 vuoden ikää, josta tosin voidaan joustaa.

**Jos olet
etsimämme tekijä,
muokkaamme
yhdessä juuri
sinulle sopivan
roolin!**

MIKÄ ON JATKOAIKA?



Jatkoaika.com on Suomen luetuin jääkiekkoihainen verkkolehti.

Jo vuodesta 2001 Jatkoaika on tarjonnut uniikkia luettavaa sadoilletuhansille, ja samalla tarjonnut sadoille tekijöille mahdollisuuden seurata jääkiekkoa parhailta paikoilta.


Jatkoaika on yli sadan hengen tiivis yhteisö. Seuraamme kiekkosarjoista tiiviimmin Liigaa, Mestistä ja Leijonia - unohtamatta kuitenkin juttuja esimerkiksi NHL:stä ja KHL:stä.

Kirjoitamme päivänpolttavat uutiset ja raportit, mutta toimituksellamme on vapaat kädet tuottaa sisältöä myös muista sarjoista ja kiekkoilun pienistä yksityiskohdista.

Emme juokse jokaisen otsikon perässä, vaan meillä toimittajillamme on tilaisuus tehdä juuri oman näköistään journalismia!

- **Yli 200 000 lukijaa viikossa**
- **Voittoa tavoittelematon yhdistys**
- **Verkkolehti ja keskustelupalsta**
- **Lämminhenkinen yhteisö**

MILLAINEN KASVATTAJASEURA JATKOAIKA ON?

A photograph of an ice hockey game in progress. A player in a blue and red jersey is in the foreground, skating with the puck. Other players in white and blue jerseys are visible in the background. The arena is filled with spectators.

Jatkoaika kysyi mediatalojen urheilutoimitusten johdosta, miten niissä nähdään Jatkoaika ja mitkä ovat Jatkoajan toimittajien suurimmat vahvuudet kilpailussa media-alan työpaikoista.

Kysymyksiin vastasivat:

Joonas Partanen, esimies, IL urheilu
Pekka Aalto, esimies, Aamulehti urheilu
Petri Lahti, toimituspäällikkö, IS Urheilu
Jani Merimaa, urheilun toimituspäällikkö, MTV
Panu Pokkinen, urheilun päällikkö, Yle Urheilu

Millaisena kouluna ja näet Jatkoajan ammattitoimittajaksi aikovalle?

MERIMAA: Ammattitoimittajaksi suuntaavien nuorten tekijöiden on ensiarvoisen tärkeää päästä kirjoittamaan paljon heti uransa alussa. Ammattilaiseksi kun oppii vain tekemällä. Jatkoaika on hyvä kanava sille, että pääsee tekemään juttuja.

AALTO: Jatkoaika on hieno koulu nuorille kirjoittajille. Osalla Jatkoajan toimittajista on myös pyrkimystä mennä syvemmälle journalismissa, eikä vain perusta juttujaan haastateltavan lainauksiin.

POKKINEN: Jatkoaika antaa nuorille toimittajille hyvän mahdollisuuden oppia journalismin perusasioita: nopeassa aikataulussa ja jääkiekon kilpaillussa markkinassa näkökulman valinta korostuu. Juttu pitää saada ideasta toteutetuksi nopeasti, koska seuraavana päivänä on jo uudet puheenaiheet. Lisäksi yleisö ja sen luoma paine on todellinen.

Kun teille palkataan uusia toimittajia, millaisena työkokemuksena näette Jatkoajan?

PARTANEN: Ehdottomasti plussana. Kertoo valmiudesta hakea työkokemusta ilman palkkaakin, indikoi oma-aloitteisuudesta. Pelkkä Jatko aika itsessään ei tee ketään vielä autuaaksi tai valmiiksi toimittajaksi, mutta hyvämaineinen toimittajien kasvupaikka se on.

MERIMAA: Jatkoajassa toimiminen osoittaa rekrytoijalle sen, että tekijä on aidosti kiinnostunut alasta. Erityisesti arvostan sitä, jos tekijä on päässyt Jatkoajan sisällä tehtäviin, jotka voi nähdä kaikkien tavoitelluimpina (esim. MM-lätkä), koska se kertoo, että kyseiseen tekijään on ollut vahvaa luottoa Jatkoajan toimituksen sisällä.

LAHTI: Jatko aika on selvästikin hyvä portti alalle. Sieltä on löytynyt useita hyviä tekijöitä niin vakituisiksi toimittajiksi kuin avustajiksi Ilta-Sanomiiin.



Millaisissa asioissa uskot Jatkoajan kehittävän kaikkein eniten?

LAHTI: Jatkoajassa korostuu digitaalinen näkökulma, samoin nopea, reagoiva ja tarvittaessa kantaa ottavakin toimittaminen.

PARTANEN: Kun kyseessä on verkkomedia, lähtökohtaisesti Jatkoajassa työskennelleet ymmärtävät esimerkiksi otsikoinnin merkityksen ja ylipäättään verkkotekemisen lainalaisuudet. Toki Jatkoajan kasvateilla on yleensä luonnollisesti myös hyvä jääkiekkotietämys.

AALTO: Aika monella Jatko aika-taustaisella toimittajalla on kova rutiini työstä. Kiinnostus työtä kohtaan on myös varmasti pyyteetöntä, kun työtä ei tehdä rahan vuoksi.

MITÄ JATKOAIKA TARJOAA?

Jatkoajasta voit päätyä minne tahansa journalismin parissa. Tai voit monen tekijämme tapaan kirjoittaa vain harrastuksena, ja pian huomaatkin yhteisön vieneen sinut jo mukanaan.

**MUKAVA
TOIMINTA-
YMPÄRISTÖ JA
AITOJA YSTÄVYYS-
SUHTEITA**



**OSALLISTU
LEGENDAARISEEN
LÄTKÄ-
YHTEISÖÖN JA
KIEKKOPIIREIHIN**



**SAAT TEHDÄ
JA KOKEILLA -
INTERNETISTÄ EI
TILA LOPU**



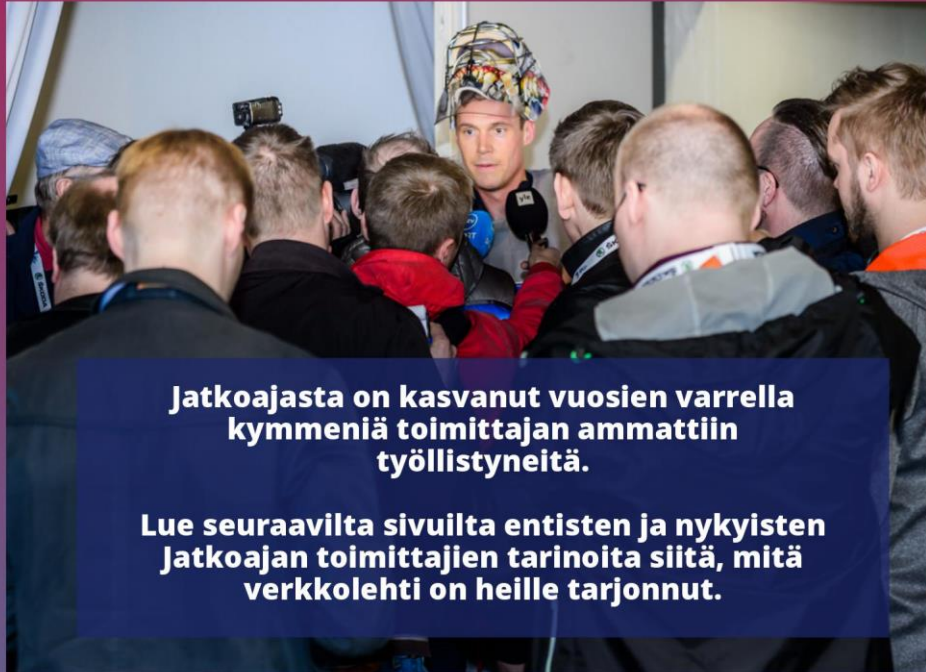
**KEHITYT
KIRJOITTAJANA JA
SAAT PALAUTETTA**



**LOISTAVAT
MAHDOLLISUUDET
EDETÄ TOIMITTAJAN
URALLA**

**Suomen luetuin verkkolehti tarjoaa
sinulle sekä yhteisöllisyyttä että
kontakteja eri medioihin.**

KASVATTIMME SUOSITTELEVAT



Jatkoajasta on kasvanut vuosien varrella kymmeniä toimittajan ammattiin työllistyneitä.

Lue seuraavilta sivuilta entisten ja nykyisten Jatkoajan toimittajien tarinoita siitä, mitä verkkolehti on heille tarjonnut.

Muun muassa he ovat toimineet Jatkoajassa:

Anssi Silvennoinen, Etelä-Saimaa
Emil Elo, Kauppalehti
Esko Seppänen
Harri Laiho, Satakunnan Kansa
Jani Mesikämmen
Joska Saarinen, Yle
Jouni Nieminen, HS
Juha Hiitelä, Iltasanomat
Kasper Kunnas, MTV Sport
Lauri Lehtinen, Aamulehti

Mari Pudas, Iltalehti
Matias Strozyk, Yle
Mikael Hoikkala, ESS
Micke Suopuro
Sasha Huttunen, Iltalehti
Sami Laine, Yle
Solmu Salminen, Iltalehti
Teemu Eirtovaara, Veikkaus
Teemu Tammilehto, Yle
Tomi Hänninen, Yle



TEEMU TAMMILEHTO

Toimittaja, Yle Urheilu

JATKOAJASSA 2011 - 2013

//

Opiskelin radiota ja tv:tä, mutta halusin harjoitella kirjoittamista ja päästä halleille. Jatkoaika oli loistava koulu kirjoittamiseen. Palaute oli tiukkaa, mutta rakentavaa. Opin tuntemaan satoja jääkiekkohmmissä ympäri Suomen. Ei ole liigahallia, jossa en jotakuta näiltä ajoilta tuntisi.

Mieleenpainuvinta oli jokaviikkoinen yhteiselo. Hallilla kävi tiivis ryhmä, joka painoi hommia melkoisella tunteenpalolla. Jatkoaika on paras paikka aloittaa, jos haluaa verkostoitua jääkiekkomaailmaan ja oppia kirjoittamaan. Tai jos haluaa harrastaa ja päästä mukaan koko Suomen laajuiseen kaveriporukkaan.



Ympäri Suomea asuva Jatkoajan toimitus kokoontuu yhteen vuosittain



KASPERI KUNNAS

Urheilutoimittaja, MTV Sport
JATKOAJASSA 2010-2013



Urheilutoimittajan ura ei ollut ensimmäisenä mielessä, kun aloitin Jatkoajassa. Kaverin kautta ja kokeilumielessä. Ahaa-elämys tuli kuitenkin nopeasti. Tajusin pitäväni hommasta niin paljon, että voisin joskus tehdä sitä työkseni.

Heti ensimmäisenä vuonna Jatkoajassa sain kokea HIFK:n mestaruuden ja Leijonien MM-kullan (ja ilmaveivin!) paikan päällä. Jatkoajan työnäytteiden ansiosta sain kesätöitä Kymen Sanomista, mikä taas johti nykyiseen työhöni MTV:llä.

Ekasta Jatkoajan jutusta vuosi ja olin Maikkarilla töissä – ei huono!

Jos haluat jääkiekolta enemmän, mene Jatkoaikaan. Ja jos haluat tästä ammatin, niin mitä enää odotat?



esimerkiksi vapaaehtoisilla kehityspäivillä.



JUHA OINONEN

Sairaanhoitaja, Jatkoajan toimittaja
JATKOAJASSA 2014 -



Olen koulutukseltani sairaanhoitaja, työpaikkani on psykiatrisessa sairaalassa. Jatkoajan toimittajana olen nauttinut melkein joka hetkestä. Uusista ihmisistä, kulissien takaisesta maailmasta, haasteista, oppimisesta.

Syksyllä 2016 sain kokea jotain uutta ja odottamatonta, kun olin Jatkoajan toimittajana World Cupissa Torontossa. Kaksi viikkoa maailman parhaita pelaajia oli niin huikea kokemus, ettei sitä jälkeenpäinkään tahdo tajuta, vaikka reissu ei mitään lomailua ollutkaan.

Harva "harrastus" pystyy tarjoamaan vastaavaa!



SOLMU SALMINEN

Toimittaja, Iltalehti
JATKOAJASSA 2011 - 2014



Jatkoaika-urani alkoi silloisen toimituksen suuresta armosta vuoden 2011 alussa. Kolmen vuoden teksti-, ääni- ja videotuotanto taisi jäädä mediakentän mieleen sen verran, että tie vei paikallislehden urheilutoimitukseen kesäksi 2014. Iltalehdessä työnkuvaan kuuluu joskus myös uutisdeski.

Verkkolehti ja sen ympärille muodostunut lukijayhteisö olivat mittaamattoman arvokas kouluttaja. Jatkoajan yleisö on asiantuntevaa ja intohimoista.

Et saa tästä rahaa, mutta hanurisi tottuu kestämaan merivettä paremmin kuin yliopistossa ikinä.

Jatkoaika on instituutio.



JUHA HIITELÄ

Jääkiekkotoimittaja, Ilta-Sanomat
JATKOAJASSA 2002 - 2008

//

Jatkoaika oli hyvä oppikoulu journalismiin. Kouluopetusta ei voi liikaa korostaa, mutta käytännön tekeminen on aivan yhtä tärkeää. Ja sitä Jatkoajassa oli tarjolla niin paljon kuin vain jaksoi tehdä. Ahertamisen lisäksi Jatkoaika tarjosi hauskoja tapahtumia muiden tekijöiden kanssa ja loi ystävyyssuhteita, jotka ovat säilyneet senkin jälkeen, kun siirryin elämässä eteenpäin.

**Lisää tarinoita löytyy osoitteesta
www.jatkoaika.com**



Vuosittain Jatkoaika lähettää sekä toimittajia että kuvaajia tärkeimpiin maajoukkueturnauksiin.

65 HAE JATKOAJAN TEKIJÄKSI:

**Mikäli kiinnostuit tehtävistä, ota yhteyttä ja
kysy lisää!**

HAE OSOITTEESSA

www.jatkoaika.com/rekrytointi

TAI SÄHKÖPOSTITSE

rekrytointi@jatkoaika.com

Muista ilmoittaa:

- ikäsi ja asuinpaikkakuntasi
- mihin tehtävään haet
- kuinka usein ja mihin aikaan olet yleensä käytettävissä toimituksen tehtäviin

**Jos haet kuvaajaksi, lähetä meille
lisäksi tiedot kamerakalustostasi sekä
kuvareferenssejä.**

Lehden kuvat: Jatkoaika (Jaakko Stenroos, Juuso Pellava, Samppa Toivonen)